# 소상공인·전통시장 활성화를 위한 정책개선방안 연구

2022년 12월

울산광역시의회 | 신라대학교 산학협력단

# 제 출 문

# 울산광역시의회 귀하

본 보고서를 "소상공인·전통시장 활성화를 위한 정책개선방안 연구"의 최종보고서로 제출합니다.

2022. 12.

신라대학교 산학협력단

연구책임(공동연구) 송지현(인제대학교), 손지현(신라대학교)

연구보조원 박소영(신라대학교 석사과정)

> 본 보고서의 내용은 전체 연구진의 의견이며, 울산광역시의회의 공식적인 견해와 다를 수 있습니다.

# 목 차

- I. 서론
- 1. 연구의 배경 및 목적
- 2. 연구의 범위 및 방법
- Ⅱ. 소상공인·전통시장 지역활성화 개요
- 1. 소상공인·전통시장의 개념
- 가. 소상공인·전통시장의 정의
- 나. 소상공인·전통시장의 분류와 기능
- 다. 소상공인·전통시장 활성화에 대한 이론적 배경
- 2. 소상공인·전통시장 지역활성화 국내외 연구사례
- Ⅲ. 울산지역 소상공인·전통시장 현황 및 사례분석
- 1. 울산인구 및 정주환경 분석
- 2. 울산 소상공인 전통시장 현황분석
- 3. 울산 소상공인 전통시장 정책 현황
- 4. 국내외 소상공인·전통시장정책 사례분석
- 가. 국내 정책사례분석
- 나. 해외 정책사례분석
- IV. 울산지역 소상공인·자영업자 활성화 방안 및 정책제언 연구
- 1. 울산시 FGI 조사 및 결과
- 2. 울산시 소상공인·전통시장 활성화 정책방안
- 3. 정책방안에 따른 조례내용 연구
- 4. 울산시 소상공인·전통시장 활성화 정책방안에 대한 제언
- V. 결론

# 연구요약

#### 서론

#### 1. 연구의 배경 및 목적

- (지역경제 활성화의 필요성) 소상공인 중심의 골목상권과 전통시장은 지역 민들과 밀접한 경제·사회적 생활공간으로서 지역민의 수요에 밀착한 다양 한 재화와 서비스를 공급하는 경제구조 최하부에서 역할을 담당하고 있음
- 우리나라 전체 취업자 2,690만 명 중 자영업자는 657만 명으로 자영업 비중은 국내 경제활동인구의 약 24.4%를 차지하며 경제협력개발기구(OECD) 38 개국 중 6번째로 자영업자 비중이 높음(박정미·오상엽, 2021)
- 2021년 울산지역 자영업자 수는 약 9만 명으로 2018년을 저점으로 증가하는 추세이고 주로 고용원 없는 자영업자 증가세가 두드러지며 타 도시에 비해 영세자영업자 비중이 높음(한국은행 울산본부, 2022)
- 또한, 현재까지 소상공인 및 자영업자에 대한 정부 지원정책의 주요 대상은 전통시장 및 상점가 중심으로 계획되었고 전통시장이나 상점가가 외 지역 전체에 산개・분포되어 있는 골목상권 소상공인과 자영업자들은 소상공인 및 자영업자 다수를 차지함에도 정부나 지자체의 체계적 지원과 정책에서 소외되어 왔음. 또한 코로나19로 인한 정부의 사회적 거리두기는 중심, 주변 상권을 가리지 않고 침체를 가속화 시켜 코로나앤데믹 시기에 보다 적극적인 지원정책과 방안이 요구되고 있음
- 울산은 국내 대표적 공업도시로 지역 경제정책 대부분이 지역소재 중화학 기업과 노동자 중심으로 수립되어 지역의 민생경제를 책임지고 있는 중소 상공인, 자영업자, 전통시장 상인에 대한 정책적, 제도적 취약 정도가 타 도 시에 비해 심각하며 코로나팬데믹 기간 내 사회적 거리두기, 영업시간 제한

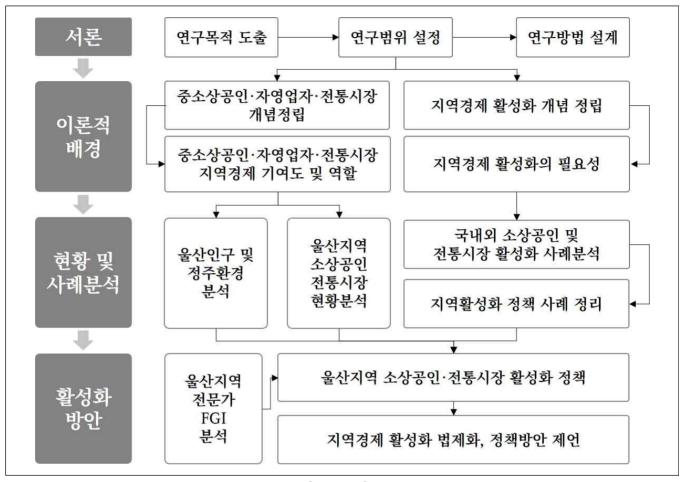
등에 따라 지역의 소상공인, 자영업 업황의 위축과 대면서비스업에 큰 타격을 입힘. 특히 지역 내 자영업자 비중 높은 숙박·음식점업 등의 생산지수는 큰 폭으로 하락하며 울산지역 자영업자의 어려움이 매우 컸을 것으로 예상(한국은행 울산본부, 2022)

- (지자체의 지원정책 변화) 대다수 광역・기초 지자체 중 지역의 민생경제 취약 도시의 경우 해당 지자체가 지역의 경제 및 환경적 요인을 반영하 여 지역경제 부분에 대한 제도 및 지원방안을 도입, 해소하고자 노력하 고 있으나 울산의 경우 지역 내 중소상공인, 자영업자, 전통시장에 대한 정책 및 제도적 안전장치가 일반적인 수준에 머무르고 있음
- (활성화 방안 모색) 따라서, 울산의 민생경제 기반인 중소상공인, 자영업자, 전통시장 상인의 실태 및 현황을 정확히 파악하고 타 시·도의 지역경제 활성화 방안과 지역에 맞는 활성화 방안을 수립할 필요가 있음

#### 2. 연구의 범위 및 방법

- 본 연구는 제2장을 통해 '소상공인·자영업자·전통시장'에 대한 개념을 정립하고 '지역경제 활성화'에 대한 이론적 배경, 사례와 현황분석을 통해 울산지역의 소상공인·전통시장의 지역 중심적이고 지속가능한 활성화 방 안을 모색하고자 함
- 또한 울산시의 인구, 정주환경 분석에 따른 중소상공인, 자영업자, 전통시장 관장의 인구학 측면의 환경적 요인 분석과 울산시의 중소상공인, 전통시장 관련 정책효과, 타 시도의 해당 부분 사례분석을 통해 울산시 지역경제 활성화에 대한 전반적인 문제와 현황을 정리하고 울산시 중소상공인 관련 전문가 FGI (Focus Group Interview)를 통해 울산시 지역경제 활성화에 대한 방향성을 점검, 이를 통해 연구진이 제안하는 지역경제 활성화 관련 정책방안과 법제화 방안, 연구진 제언을 도출함

#### ○ 본 연구는 〈그림1-1〉과 같은 도식으로 나타낼 수 있음



〈그림1-1〉연구 흐름도

# 소상공인 · 전통시장 지역활성화 개요

#### 1. 소상공인 · 전통시장의 개념

Ш

#### 가. 소상공인 · 전통시장의 정의

- 소상공인 및 전통시장의 의미를 정확히 이해하기 위해 사전 및 학술적 정의와 법률적 정의를 나누어 살핌
- 소상공인에 대한 정의는 다음과 같음
  - 소기업 중에서도 규모가 특히 작은 기업 또는 생업적 업종을 영위하는 자영업자들로서 도·소매업, 음식업, 숙박업, 서비스업의 경우 상시근로자 5인 미만 사업자를 의미하고 광업, 제조업, 건설업 및 운수업의 경우 상시근로자 10인 미만 사업자를 뜻함 (New경제용어사전, 한경 경제용어사전)
  - 또한, 학술적으로는 기업 또는 소기업에 포함되는 존재로 소규모 소자 본으로 운영하는 사업자(J.W. Carland et al., 1984), 확장 범위가 영세 성을 벗어나지 못하며, 재화와 용역을 제공하는 사업운영을 하고 있는 개인사업자(조규연, 2014: 10), 우리나라 전체 사업체 중 87% 비중을 차지하며, 서민경제와 지역사회에서 국가경제 발전의 핵심(박성희, 2016: 7)으로 정의함
  - 법률적 의미에서 소상공인은 「중소기업기본법」제2조 2항에 따른 소기업 중에 상시근로자 수가 10명 미만으로, 업종별 상시근로자 수 등이 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 자 (소상공인 보호 및 지원에 관한 법률 제2조)로 정의함
- 전통시장에 대한 정의는 다음과 같음

- 자연발생적으로 또는 사회적·경제적 필요에 의해 조성되고 상품이나 용역거래가 상호신뢰에 기초하여 주로 전통적 방식으로 이루어지는 장소로서 다음의 요건을 모두 충족한다고 특별자치시장, 특별자치도지 사, 시장, 군수, 구청장(자치구의 구청장)이 인정하는 곳 (토지이용 용 어사전, 부동산 용어사전)
- 법률적으로는 1961년 「시장법」, 1986년 「도소매 진흥법」을 토대로 2002년 제정된 「중소기업의 구조개선과 재래시장 활성화를 위한 특별 조치법」, 2004년 「재래시장 육성을 위한 특별법」, 2009년 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」과 1997년 제정된「유통산업발전법」제8조, 동법 제2조 3호에 따른 대규모 점포로 등록된 시장(등록시장), '등록시장과 같은 기능을 하고 있으나 대규모 점포의 요건은 갖추지 못한 곳으로 대통령령으로 정하는 기준에 적합하다고 특별도지사·시장·군수·구청장이 인정한 곳(인정시장)'으로 정의함

#### 나. 소상공인 · 전통시장의 분류 및 역할

#### ○ 소상공인 분류 및 역할

- 국내에서는 통상적으로 소상공인을 법적 근거에 의해 분류함. 따라서, 「중소기업기본법」제2조 제2항에 따른 소기업 중 상시 근로자 수 10 명 미만, 업종별 상시 근로자 수 등이 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 자를 뜻하고, 동법 제2조에 따른 '대통령령으로 정하는 기준'은 주된 사업에 종사하는 상시 근로자 수를 의미하며 광업·제조업·건설업·운수업은 10명 미만, 그 외는 5명 미만(동법 시행령 제2조 제1항) 또한, 업종별 상시 근로자 수는 ① 임원 및 일용 근로자, ② 3개월 이내의 기간을 정하여 근로하는 자, ③ 기업부설연구소 또는 연구개발전담부서의 연구전담요원, ④ 1개월 동안 정해진 근로시간이 60시간 미만인 단시간 근로자에 해당하는 자를 제외한 자 (동법 시행령 제2조 제3항)를 뜻함 (김선협, 2020: 438)

- 소상공인의 유형은 소상공인 업종별 및 소상공인의 월평균 수익 현황, 최저생계비, 임금근로자 월평균 임금과 비교하여 영세업체, 중간업체, 중견업체로 분류
- 소상공인의 지역경제 역할은 국가 경제단위 최하부층에서 소비자와 생산자 상호간 연결고리(정갑수・설병문, 2016), 창업단계에서는 소자본을 투입하는 지역의 자본가 역할, 소규모 사업장을 경영하기 때문에 경영자인 동시에 지역사회와 밀착된 성장을 하기 때문에 사회적 기업가의 역할 및 본인의 직접적 생계수단과 동시에 지역의 신규고용을 창출, 크고 작은 기술혁신의 주축, 내수시장의 변화에 신속히 대응하여수급을 유연하게 조절하고 소비자의 잠재욕구를 파악하여 선도적으로 상품을 개발・개선시켜 내수시장의 새로운 성장을 이끌어 내는 역할(신기동 외, 2016)로 정의함

#### ○ 전통시장 분류 및 역할

- 시장은 '사회·경제·문화 및 기타 대상물을 갖는 장소로서 사는 사람과 파는 사람이 모여 가격이 결정되고 지불되는 곳'을 의미 (Belshaw, 1965; Bromley et al., 1975), 물건이 판매되는 공개적 장소로 주로 사용. 이러한 시장은 통상적으로 '구체적 시장'(Concrete market)과 '추상적 시장'(Abstract market) 등으로 분류하고 있으며 (오상략, 1990), 구체적 시장은 일정한 지역에서 특정 재화의 수급 총체가 집약화 되어 가격 결정이 이루어지는 시장 중심(Market center) 또는 구체적 시설로 매매 쌍방이 항시 혹은 정기적으로 집합하여 실제 매매 거래를 행하는 일정한 장소와 건물을 의미하고 추상적 시장은 구체적 시장에서 결정된 특정 재화의 가격이 널리 통용되는 공간적·시 간적으로 제약된 수요 공급의 거래범위를 의미함(한국지방행정연구원, 2013). 전통시장은 1981년 개정된 「시장법」에 의해 개설주기에 따라 상설시장, 정기시장으로 구분하고 있고 2002년 제정된 「중소기업의 구조개선과 재래시장 활성화를 위한 특별조치법」에 의해 '재래시장'

#### 에서 '전통시장'으로 명칭을 변경함

#### 다. 소상공인 · 자영업자 · 전통시장 및 지역 활성화에 대한 이론적 배경

#### ○ 소상공인·자영업자

- 정갑수・설병문(2016)은 10명 미만의 종업원을 둔 기업을 소상공인 기업이라 하였고 이러한 기준은 1999년 2월 중소기업청에서 소상공인지원센터를 설립하면서 생겨난 것으로 1999년 이전 소상공인에 대한 정확한 법적정의는 없었음을 밝혔으며 국가 경제단위의 최하부층에서 소비자와 생산자 상호 간 연결고리로서 중소기업 분류에 포함되어 있는 소상공인은 정책 수혜자적 입장에 따라 소규모 고용업자, 자영업자, 영세자영업자 등 다양하게 표현된다 하였음. 또한 Hwang(2007)은 1966년 제정된 "중소기업기본법", 1986년 제정된 "도소매진흥법", 2000년 제정된 "소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법"으로 소상공인 기업은 법적인 지위를 갖추게 되었으며 동법 제2조(정의)에 의해 상시근로 종업원 수에 따라 구분되는 특징을 갖고 독자성을 부여받았다고 하였음.
- 방상수(2021)는 근로기준법 상 근로자성이 문제된 법적 분쟁에서 노무제공자가 노동의 가격에 대한 선택권(가격선택권 또는 가격결정권)을 가진 사례를 통해 자영업자에 대한 근로자성 배제와 미국법의 ABC테스트(세 가지 요건을 모두 갖춘 경우 자영업자이고 하나의 요건이라도 흡결하면 근로자로 인정하는 검사, ② 계약상 뿐 아니라 사실상으로도 노무제공과 관련한 통제 및 지시로부터 자유로울 것(非통제성), ⑤ 타인이 영위하는 사업의 통상적인 경로 밖에서 노무를 제공할 것(非 편입성), ⑥ 관행적으로 독립적인 거래・직업・사업에 종사할 것(사업자성))의 예시를 통해 자영업자가 가진 근로 특수성을 분별하는 방안 등을 제시하였음

#### ○ 전통시장

- 박하나·박소현(2017)은 전통시장은 오랫동안 그린의 소매유통 중심지 로서의 기능은 물론 도시의 사회문화적 활동과 정보교류 공간으로서의 기능을 담당했다고 했으며, 김정현(2021)은 전통시장은 상권규모, 크기, 지역 등에 따라 문화가치를 다르게 가지고 지역의 고유 관광지로서의 기능을 수행한다고 하였고 상권 규모가 크면 전통시장이 상권의 중심 이 되고 상권규모가 작으면 주변상권과 공존하며 상생한다고 하였음. 또한, 지역 특성에 따라 업종과 업태에 고유문화를 계승하여 전문적인 특성을 가지는 전통시장과 업종과 업태의 수가 많아 다양한 볼거리 문 화를 가진 전통시장도 있다고 설명함. 김동욱 · 김경순(2022)는 한국의 전통시장은 자연적으로 발생한 비계획형 시장으로 그 특성으로 인해 '길'을 중심으로 시장이 형성되는 경우가 많았으며 이로 인해 전통 시장은 보행 접근성이 뛰어나고 도심의 길이 모이는 중심부에 위치하 는 것이 보편적이라 하였음. 이윤명(2021), 채수홍·구혜경(2015)는 전 통시장은 현대적 유통공간과 뚜렷한 대조를 이루는 곳으로 경제활동이 이루어지는 사회문화적 공간으로써 다양한 사회적 교류와 문화, 체험 등이 공존하고 있는 공간으로 설명하였음

## ○ 지역활성화

- Smith(1954)는 역사적 자본주의하에서 특정 종류의 자연과 공간의 생산은 빈곤과 부, 산업적 도시화와 농업의 쇠퇴를 아우르는 경관의 불균등 발전을 가져온다고 했으며, 자본주의 발전의 산물로서 불균등 발전의 패턴은 다양한 규모에서, 발전된 공간과 저발전된 공간의 차이로 자본주의 경관에 뚜렷하게 나타나며 발전된 세계와 저발전된 세계, 발전된 지역과 쇠락해가는 지역, 교외와 도심지역 간 차이로 나타난다고하였음. 김의준(2000)은 지역경제 활성화는 각 지방자치단체 지역경제성장을 제고 시키는 일반적 의미뿐만 아니라 수도권을 제외한 지방경제 성장을 유도하여 지역간 격차를 완화 시키는 이중적 의미도 있다고

하였음.

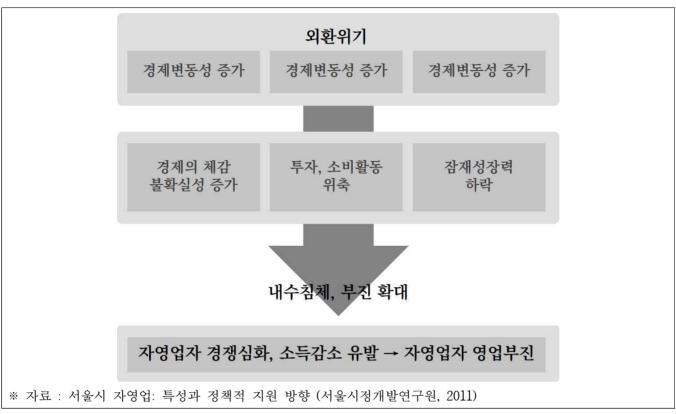
- 장민영·송혜승, 이명훈(2015)는 전국적으로 지역 쇠퇴현상이 발생하고 있기 때문에 개별적·단편적 법과 제도만으로 계획적인 접근과 종합적지원에 한계가 발생하고 특정 공간영역에서의 물리적 정비 외에도 경제·사회·문화·환경·복지 등 다각적 측면에서 접근할 필요성이 있다고 강조하면서 도시재생에 대한 문제점을 선제적으로 인식하고 관리수단을 마련한 일본의 사례를 통해 지역의 경제활력을 도모하기 위한정책의제 형성과정과 전략도출을 위한 제도 및 정책이 필요함을 제언함

#### 2. 소상공인 · 전통시장, 지역활성화 국내외 연구사례

- 지역경제활성화를 위한 주요시책연구 (한국지방행정연구원, 2008)
  - 전국 실업률 추이에 따라 영세 자영업자 중심의 재래시장 매출 지속감 소로 '이명박 정부'경제운용 목표인 7% 성장 위해 중앙정부 및 지 방의 자율적 경제 활성화 노력 필요
  - 이를 위해 자율적, 창의적 지자체 지원 특별지원 프로그램 운영, 정부 정책 효과가 지역경제 활성화 효과로 연계되기 위해서는 일정시차가 존재함으로 지역경제 활성화 체감·파급효과 큰 분야 선택, 집중지원 통해 성공모델 창출·확산 추진
  - 창의·경쟁 프로그램(지자체 제안 프로젝트에 대해 정부 재원 포괄지원)을 통한 커뮤니티 비즈니스, 지역 브랜드 개발사업, 다문화 커뮤니티 취업지원사업, 지역특성화 인력재생 프로그램, 지역전통 상점지역 재활성화 사업 추진. 특히 소상공인, 자영업자 위한 지역전통 상점지역 재활성화 사업은 대형 및 신형유통산업 출현과 소비형태 변화 등으로 지역경제, 문화 등 공동체에서 중요한 위치를 차지하던 전통 상점 가의 쇠퇴, 공동화 진행과 함께 노후화로 인해 경제적 활력을 상실해

가지는 전통 소매상 밀집지역의 활성화를 통해 지역고용 창출 및 공동체 복원을 목적으로 환경정비, 일자리, 판촉 및 이벤트를 통한 분수효과 유인방안 제시

- 서울시의 자영업자 특성 분석 및 정책적 지원 방향 (서울시정개발연구 원, 2011)
  - 소상공인 및 전통시장 상인들은 임금근로자와 달리 사업주라는 점에서 여러 위험을 자신이 책임짐으로 경기변동에 민감, 1997년 외환위기 이후 실업률 증가로 자영업자 수 큰 폭으로 증가, 2003년 신용대란, 2009년 글로벌 금융위기에 따른 경기침체 이후 감소세. 외환위기 이후 금융, 노동, 사회 등 여러 분야에서 급격한 변화로 자영업 영업환경 악화 및 금융 세계화, 자본시장 자유화로 경기변동성 확대, 노동시장 유연화 큰 폭 증대. 특히 경기변동성 증가는 기업의 투자 위축·고용 감소를 초래 성장잠재력 약화, 민간소비 위축으로 자영업 구조적 침체를 동반. 체감경기의 불확실성 증대는 민간소비 위축, 기업경영 악화로 이어지는 악순환 반복되어 내수 의존형 자영업 영업환경 악화를 초 대함. 이에 따른 고용시장 악화로 소규모, 소자본 창업이 쉬운 자영업의 창업 증가로 자영업 경재심화, 영업부진 등 구조적 문제 장기화.
  - 서울시의 경우 성장률과 산업 클러스터 정도를 나타내는 특화도(LQ) 통해 서울시 자영업 공간적 특성을 4가지 타입으로 분류. 주요 자영업 산업별 특성에 따른 공간적 분포 분석을 통한 서울시 자영업 관련 지원시책 추진. 기존 '경제진흥본부 창업소상공인과', '서울신용보증재단', '서울소상공인지원센터', '서울 일자리 플러스센터', '서울산업통상 진흥원' 등에서 집행한 자금지원, 교육, 컨설팅, 시설지원 등 4가지 분야를 자영업 지원정책 통합관리를 통해 권역별, 업종별 자영업 지원시책 차별, 직업 능력개발 강화 및 세분화된 자영업 DB구축, 지원기능의 유기적 통합, 서울경제 활성화를 통한 자영업 비중 축소추진



〈그림2-1〉 거시경제 환경변화가 자영업자에게 미치는 영향

## ○ 국내 자영업 노동시장의 변화와 특징 (한국노동연구원, 2012)

- 국내 노동시장에서 자영업 종사자 비중은 외국에 비해 매우 높고 OECD 국가의 경우 1인당 국민소득이 증가할수록 자영업 비중이 감소하나 한국은 OECD 국가 중 5번째로 높음. 한국에서 자영업 비중이 높은 이유는 첫째, 1960년대부터 시작된 고도 압축성장 결과로 빠른 도시화 및 산업화에 따라 비농업어업 부분의 자영업 취업기회 확대 및임금근로자 취업 기회를 놓친 근로자들의 자영업 진출용이, 둘째 조세시스템의 미비에 따른 낮은 조세부담률에 의한 자영업 비중 증가. 셋째 한국은 타 국가에 비해 영세한 소규모 기업 비중이 높아 대기업 미취업 시 대안으로 선택할 수 있는 중견기업 부족으로 영세중소기업 취업보다 자영업 선택. 넷째 노동시장의 경직성에 따라 이・퇴직 시 재취업이 어렵고, 재취업 시에도 저임금, 고용불안에 따라 자영업 선택,다섯째 타 국가에 비해 독립심 진취적, 성취욕이 강한 국민성에 의한

자영업 선택 가능성 높음. 그러나 자영업자 상당수가 영세 저소득층으로 근로빈곤 위험 노출, 자영업자 사이의 소득불평등도 상대적으로 심각, 소득격차는 외환위기를 거치며 확대. 자영업자 대부분 도·소매판매, 음식·숙박업종에 집중.

- 자영업에 대한 정책과제로는 자영업 경영상태 및 전망에 대한 심층적 컨설팅 서비스를 통한 자영업 대상별 다원화된 맞춤형 지원과 자영업 상당수가 비등록사업자(Informal sector)에 속해 매출과 소득, 근로여건 및 일자리 이력 등의 자료를 파악하기 어려워 이들을 위한 합리적이고 체계적인 지원정책 개발 및 규제혁신, 정보시스템 확충. 자영업 종사 자 대부분 배제되어 있는 4대보험 납부제도 유연화, 영세자영업자에 대한 보험료 납부유예 또는 지원, 가입동기 촉진 사회보험제도 개선

#### ○ 울산 자영업 현황과 지원정책 방향 (울산발전연구원, 2013)

- 울산 자영업자는 2008년 10만 명까지 증가 이후 2012년 9만2천 명 수준으로 감소, 2013년 7월 전년동월대비 6천 명 추가감소. 산업별로 도소매업, 숙박음식업, 운수업 등과 같은 전통적 서비스업종에 약 62% 종사. 울산 자영업 실태는 타 도시에 비해 양호하나 영세자영업자는 7대 도시와 비교하여 높은 편이며 지원 시급. 영세자영업자 중 부동산・임대업이 가장 많고 숙박음식업, 운수업, 소매업 순. 또한 자영업자와 임금근로자의 상대적 소득격차가 매우 커 생계형 영세자영업자가체감하는 소득격차는 더욱 큼. 울산 자영업은 창업 2년 후 50% 생존하며 도소매업, 숙박음식업, 부동산・임대업 등 전통적 서비스업종의창・폐업율이 높고 정보통신・금융보험업, 숙박음식업의 창・폐업이번반하여 해당 업종 내 경쟁이 심각함을 알 수 있음
- 울산의 구·군별 자영업자의 변동추이와 업종구성에서 다소 차이가 있음으로 지역특성에 맞는 우선지원업종의 차별화 필요. 특히 북구의 경우 제조업이 3대 자영업 중 하나로 자동차 부품업종이 다수 입지한 지역적 특성, 울산의 구·군별 개인사업자 대비 영세자영업자 비중은 동

- 구, 중가가 40% 상회, 울주군, 남구, 북구는 30%를 넘음. 한편 울산은 청년실업 및 베이비붐 세대의 대량퇴직으로 자영업 시장 확대 우려. 청년층 창업의사보다 중장년층의 창업의사가 높고 베이비붐 세대는 퇴 직 후에도 상당수가 경제활동을 요하여 자영업 증가 전망
- 울산지역 자영업 지원사업은 소상공인진흥원 산하 지역 소상공인지원 센터가 정책지원사업 수행하나 지역 자영업 당면 애로사항 해소 및 중장기 정책구상 등의 중핵기관의 역할과 기능에 한계. 따라서 시 산하자영업 지원기관들의 역할과 기능 분담 및 기초자치단체가 자영업 정책 및 지원사업을 조직화하고 지역에 맞는 정책개발의 주도적 역할 필요. 울산 자영업 정책 기본방향은 자영업 진입조절 강화, 사회안전망확보 등 운활한 구조조정 및 재기지원 촉진위한 성장 단계별 전략 필요. 구체적으로 창업부터 폐업까지 종합 지원의 '토탈케어'서비스 구축, 전담부서 및 필요인력 배치를 통한 행정서비스 강화, 자영업 지원과 일자리 사업연계 강화를 위한 자영업자 대상 직업훈련 확충

## ○ 지역활성화를 위한 전통시장 육성방안 (한국지방행정연구원, 2013)

- 전통시장은 지역주민들의 문화와 정서가 반영된 장소로 사회·문화·경제적 측면에서 다양한 역할과 기능을 수행해 왔음으로 전통시장은 보호 및 적극적 육성할 필요가 있으며 전통시장의 중요성을 인식한 정부도 국정과제의 한 부분으로 제시함. 지역활성화에서 지역개념을 '지역공동체(Community)'로 보고 지역활성화는 지역공동체의 구성원인 지역주민에 의해 주도되어야 하고 그 목적은 지역주민의 행복한삶을 도모하는데 두어야 함으로 이를 위해 사회·문화·경제적 측면이모두 고려되어야 함. 지역활성화 수단으로 전통시장 육성은 공간적 측면에서 지역민의 삶을 담고 있는 장소로서 소재지 입지에 따라 도시형, 농어촌형으로 구분하여 연구.
- 사례연구 대상지(서울 종로구 통인시장, 경북 봉화군 봉화상설시장) 지역주민은 자기 지역의 전통시장이 타 지역주민에게 인정받길 기대하는

정도가 매우 강하고, 언론에 소개될 시 호응도가 매우 높았으며 지역 전통시장이 발전하면 지역 전체가 발전하는 것으로 인식. 따라서 전통 시장은 상업적 기능 외 사회·문화적 기능을 포함하여 지역주민에게 커뮤니티 및 문화중심장소로써 역할하고 외부인에게는 지역특색을 체 험할 수 있는 장소로 인식되야 함으로 전통시장 활성화의 기본방향으 로 지역성 장소, 창조적 지역문화 환경조성, 지역공동체 의식함양 제 시.

- 일본 규슈 유후인정(湯布院町)의 내생적 지역활성화 연구 : 추진사업과 참여주체의 단계별 로컬거버넌스를 중심으로 (다카노 도시후미, 2017)
  - 유후인정은 일본 규슈지역의 작은 온천마을로 지역활성화 도모를 위해 자연산업 업체인 여관경영자와 마을주민이 협력하여 다양한 상품개발 및 홍보전략을 구축, 연간 400만명의 관광객을 유치한 사례
  - 유후인정 지역활성화 진행과정은 태동기, 성장기, 안정기의 3단계로 구분하고 물리적 환경정비사업, 관광콘텐츠 개발 및 운영사업, 규정제정사업, 주민학습 사업의 네 가지 성격으로 분류
  - 로컬거버넌스 측면에서 태동기 지방정부가 마을구상 발표 통해 강한 리더십으로 물리적 관광환경 개선사업 추진, 이후 여관업체들이 관광협회 중심으로 향토요리 개발, 관광지 홍보 등 관광콘텐츠 관련 사업 개시, 해당 사업 진행 중 여관업체와 주민 간 교류 활발로 지역활성화추진조직 결성. 이후 지역활성화 성장기 진입. 지역활성화추진조직이 각 산업별 주요 인사로 구성, 각종 단체와 지방정부의 연계를 통해 주민 직접참여 추진사업으로 전환, 참여주체 역량 향상과 신사업 발생의선순환 구조를 형성, 또한 전문가 그룹과 연계하여 각종 문화이벤트사업 실시를 통해 조직 활동범위가 일반 주민에게까지 확대, 이로 인해주민리더들이 자신이 소속된 업체와 집단을 구성, 심화된 지역활성화활동 동참
  - 안정기 시 관광사업 규모확장, 사업 주도주체 및 참여주체 다양화에

따른 문제 대처를 위해 지방정부는 종합계획 책정, 계획적 지역활성화추진 동시 조례, 제도 제정 통해 주민 활성화 활동 정착유도, 지역관광협회는 지역활성화 조직 신규설립, 참여주체간 연계강화, 사업 운영관리 및 주민참여 촉진, 인재육성 담당, 전문가 및 각종 단체는 기술, 지식, 자금 지원 등 지역활성화 관리조직 중심으로 마을의 각 주체가상호협력관계 연결되는 체계 구성을 통한 안정적 지속가능성 확보

- 정책적 함의로는 첫째, 지역활성화 전략에 따라 추진사업 내용, 참여주체 관계의 유연한 구성 중요, 둘째, 리더 및 주민조직 발굴 및 양성 필요, 셋째, 지역활성화 조직 기능의 확장·역량향상 위해 지방정부의 행정, 재정, 기술지원 필요
- 충남 소상공인·자영업자 지원 기본계획 수립을 위한 도 지원현황 분석 및 정책발굴 (충남연구원, 2019)
  - 충남 소상공인은 사업체수 125,006개(도내 총사업체 87.7%), 종사자수 240,485명(31.9%), 매출액 227,117억원(9.2%)을 차지하는 중요 경제주체 (2016년 기준)으로 도매 및 소매업, 숙박 및 음식점업, 수리 및 기타서 비스업, 운수업, 제조업 순으로 상위 5개 업종이 구성되어 있으며 해당 업종에 대한 집중적 정책지원 필요. 2009년부터 2019년까지 매년 1.85% 증가, 과당경쟁 야기 등의 문제를 고려, 철저한 창업교육 및 상권분석을 통해 준비된 창업유도, 폐업자 증가추세 전환을 고려 사회안 전망, 폐업지원 등 강화필요(충남경진원, 충남지본 등 지업사업 분석에서도 동일한 의견 도출).
  - 2018년도 '충남소상공인발전계획연구'에서 기존문제, 중앙정부 및 타 시도 사업 비교 민선7기 중장기 4대 카테고리(지역연계, 경쟁력강화, 애로타계, 복지)별 19개 사업제시, 이 외에도 지원대상 확대(기능형소상공인, 여성창업), 트렌드 고려(공유경제), 타시도 및 중앙정부 사업벤치마킹(소상공인 구제, 공공임대상가 활용 등), (가칭)충남소상공인포 럼을 통한 정책발굴 등을 추가적으로 고려함

- 강동구 전통시장 활성화 방안에 관한 연구 (백석대 산업협력단, 2020)
  - 강동구 전통시장 활성화를 위해 주변 관광·문화시설, 언택트 시대 소 비문화 변화에 따른 신 소비환경에 최적화된 지역상권 발전 방안 모색
  - 강동구 전통시장 현황·특징·상권실태 분석, 중앙정부 및 지자체 활성화 관련 법률 및 정책계획 체계 분석, 강동구 전통시장 이용고객 및 상인대상 양적·질적 조사를 통한 인식조사, 개선책 분석·도출, 국내 전통시장 활성화 성공사례 통한 실효적 방안 모색 등의 연구
  - 강동구 내 전통시장 별 특성분석(암사, 둔촌역, 명일, 길동복조리, 성 내, 고분다리), 전통시장 관련 법규 및 지원사업, 강동구 전통시장 수 요자 및 공급자 인식조사, 국내전통시장 활성화 사례 분석
  - 강동구 전통시장 활성화 방안으로 1) 지역사회 관광 등의 자원활용 방문객 증가요인 개발 2) 전통시장 내 이벤트 개발 3) 상인회 운영과 상인의 경영마인드 제고 4) 지역사회 상호협력과 네트워크 구축 5) 전통시장, 대학교 등 협력통한 젊은 고객층 유도 6) 마케팅 측면의 전통시장 전용화폐 발행, 상설야시장, 소규모 이벤트 공간, 관내 배달서비스추진 7) 시장 브랜드 디자인 전략수립 및 디자인 개선 등 시설 현대화 8) 코로나19 등의 경제위기 대응 신속 지원책 필요

## ○ 소상공인 연구동향 분석 (방미현, 이영민, 2022)

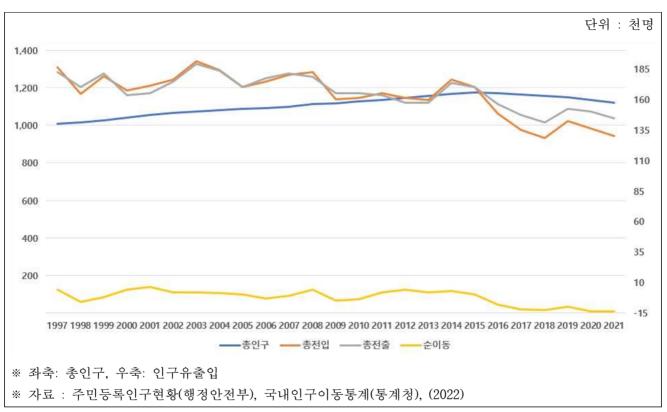
- 국내 소상공인 선행연구 280편을 주제어 네트워크와 LDA 토픽 모델링 분석을 통해 종합적 분석, 학계에서의 전반적 시각과 동향 검토
- 핵심 주제어는 상충되지만 안정적이고 지속적 성장을 위해 필수적 요소인 '영업', '보호'로 선정, 7개 토픽(창업, 디지털, 세제, 역량, 상생, 규제, 자금)을 도출, 분석결과를 토대로 소상공인들의 지속적인 성장과 발전을 위한 디지털 성숙도 향상의 필요성 및 소상공인들이 직면한 경제적 타격 문제 해결을 위해 범부터 차원의 대응과 새로운 정권 이후 존속될 수 있는 기능 수행 조직의 안정성 제시, 또한 장기적,

신속성, 세밀성, 새로운 방식으로의 정부지원 방향에 대한 주목, 네거티브 방식의 규제에 대한 유연한 접근 제언

#### Ш

#### 1. 울산 인구 및 정주현황 분석

○ 울산의 인구변화 및 유출입 변화



〈그림3-1〉울산 총 인구변화 및 유출입 변화

- 울산은 1997년 광역시 승격 이후 국내외 경제환경 변화에 따라 인구의 가감이 지속적으로 발생했으며 2016년 117만 2천 명을 정점으로 지역 산업 경기침체와 글로벌경제 불황에 따라 인구의 감소 경향이 두드러 집
- 울산의 연령별 인구를 살펴보면 40대 이하 인구 구성비는 점차 감소, 50세 이상 구성비는 증가하여 근로가능 인구감소 심각, 대표산업인 조선, 자동차, 화학 등 제조업 취업자 수 감소, 상용근로자 보다 임시 및 일용근로자, 자영업자 증가로 양질의 일자리 감소 및 고용의 질 악화 (동남지방통계청, 2018).

- 울산지역 대표산업군의 고용현황 악화와 함께 인구의 전입보다 전출 증가, 노동자 중심 인구 구조에 따른 정규직 근로자, 임시직 근로자, 자영업자 순 가계수입에 따른 계층화 경향 심화(울산전문가 FGI, 2022).

#### ○ 울산의 정주환경

- 울산 가구특성에 따른 주거현황 및 주거입지를 연구한 김재익(2011)에 따르면 주거수준에 미치는 소득수준의 중요성을 감안, 가구를 소득수 준별로 상위 30%를 고소득층, 하위 30%를 저소득층, 나머지를 중소득층으로 표준화 하였고 울산의 자가거주율을 소득수준별 분석한 결과고소득가구 81.6%, 중소득가구 68.7%, 저소득가구 52.6%로 나타났으며,이사의향은 고소득가구 60.3%, 중소득가구 69.1%, 저소득가구 67.9%로고소득가구에 비해 중소득, 저소득가구의 의향이 상대적으로 높게 나타남
- 또한, 울산은 해안을 따라 산업단지가 집중되어 있어 근무지 접근성이 도심에 대한 접근성과 함께 매우 중시되는 특징을 보이는 지역으로 단핵도시의 일반적 가정과는 상이한 주거분포 특성을 갖고 있으며, 주거입지 시 주요 고려사항으로 주거이동방향 차이 및 자연환경-교통-교육환경-주택가격 순으로 중시되고 있음
- 울산광역시 1인가구 주거실태분석을 연구한 이주영(울산발전연구원, 2013)에 따르면 제조업이 특화된 산업도시적 성격으로 인한 남성 1 인가구가 다소 많고 3~40대 비중이 높으며 기혼인 1인가구가 타지역에 비해 많음. 또한 대학과 업무, 서비스 기능이 밀집한 남구를 중심으로 젊은 계층의 1인가구가 많고 산업단지 밀집지역인 동구, 북구는 장년층 남성 1인가구가 다수 분포하는 특징을 가짐. 원룸형태 다세대주택이 밀집된 남구 삼산동, 달동 일원은 최근 10년간 1인가구급속히 증가했으며 울주군의 경우 고령화에 의한 농촌지역 1인가구증가가 확대되고 있음

- 울산지역 1인가구 주거특성은 단독 또는 다가구 주택에 월세 또는 사글세 형태로 거주, 연령이 낮을수록 월세 및 사글세, 연령이 높아 질수록 자가비중 높아지는 특징을 보임
- 또한 주거에 필요한 정주서비스 설문에서는 방범, 행정서비스와 더불어 공원, 상가 및 마트, 주차공간 순으로 응답하여 생활SOC 중 상가와 시장등의 근접성을 정주 안정성을 제외하고 높이 평가하고 있음

#### 2. 울산 소상공인 · 전통시장 현황분석

○ 울산지역 전통시장·상점가 현황

〈표3-1〉울산지역 전통시장 및 상점가 현황

단위 : 개소, 명

7 11		시장수	거고스	상인회	
구분	계	전통시장	상점가*	점포수	회원수
등록/인정	61	45	16	5,184	4,602

\*골목형상점가 포함

\* 자료 : 울산광역시(2022)

- 울산의 전통시장 및 상점가는 2022년 10월 기준 총 61개소로 등록(인 정) 전통시장 45개소, 상점가 16개소로 구성

〈표3-2〉울산지역 구별 전통시장 현황

단위: 개소, 명

		시장형태								상인회
구분	복합상가	일반상가	복합상가 /노점형	일반상가 /노점형	골목형	골목 /노점형	기타	계	점포수	회원수
중구	3	5	0	5	1	3	1	18	2,042	1,613
남구	1	3	1	0	0	4	0	9	1,157	1,045
동구	0	4	1	1	0	0	1	7	387	387
북구	0	1	0	0	0	0	1	2	92	92
울주군	0	2	0	3	0	0	4	9	426	526

\* 자료 : 울산광역시(2022)

- 울산의 전통시장은 복합상가, 일반상가, 골목형 상가, 장옥 및 노점형 상가, 노점형 상가(5일장)의 시장형태와 이종의 시장형태가 함께 구성 된 형태로 운영되고 있음. 특히 장옥 및 노점형 시장 중 울주군 언양 읍의 언양공설시장은 1915년 개설된 5일장으로 울산시에서 가장 오래 된 전통시장이며 가장 최근에 개설된 전통시장은 2017년 남구 우정동 에 설립된 우정전통시장임
- 울산 전통시장의 총 점포 수는 4,104개소이며, 상인회 회원 수는 3,663 명으로 전체 점포 수의 89.3%의 점포주가 상인회 회원으로 활동하고 있으며 동구, 북구의 경우 전체 점포주의 100%가 상인회 회원으로 가 입되어 있음

〈표3-3〉 울산지역 구별 상점가 현황

단위: 개소, 명

7 H		상점가 형태	カット	상인회	
구분	상점가	골목형	계	점포수	회원수
중구	5	0	5	521	416
남구	1	4	5	233	207
동구	1	1	2	116	116
북구	2	2	4	210	200
울주군	0	0	0	0	0

\* 자료 : 울산광역시(2022)

- 울산의 인증 상점가는 중구 5개소, 남구, 5개소, 동구 2개소, 북구 4개소로 일반상점가 및 골목형 상점가로 구성. 울산에서 가장 오래된 인증 상점가는 중구 젊음의 거리 상점가로 2007년 3월 개설되었으며 울산시 전체 상점가 중 가장 많은 175개 상점으로 구성되어 있음. 가장최근에 설립된 상점가는 남구 신정현대홈타운 상가로 2022년 8월 개설되었으며 68개 상점으로 구성되어 있음

#### ○ 울산지역 소상공인 현황

〈표3-4〉울산 구별 소상공인(자영업자) 현황 (2020)

단위: 개소, 명, 억원

구분	업체수	종사자수	매출액
중구	23,118	29,890	22,487
남구	44,315	60,136	57,826
동구	12,111	15,431	10,797
북구	18,465	26,138	27,939
울주군	26,760	39,895	45,444
합계	124,769	171,490	164,492

※ 자료 : 소상공인시장진흥공단

- 2020년 소상공인시장진흥공단 '소상공인 기본통계'에서 울산의 소상 공인(자영업자)업체는 124,769개소, 종사자수는 171,490명, 매출액은 16 조 4,492억원으로 조사됨
- 2019년도와 매출액에서는 차이가 없지만 업체수 (5,177개소 증가), 종 사자수 (1,992명 증가)에서 증가추세를 보임

〈표3-5〉울산지역 소상공인, 소기업 현황

단위: 개소, 명

구 분	제걸	조업	도・	소매	운수ㆍ	창고업	숙박·	음식점	협회· 수리 및	단체, 및 기타	합	·계
	사업체	종사자	사업체	종사자	사업체	종사자	사업체	종사자	사업체	종사자	사업체	종사자
1~4명	4,522	8,931	17,765	32,210	7,016	7,905	17,210	34,736	8,893	12,402	55,406	96,184
5~9명	1,327	9,105	1,720	10,353	228	1,466	1,838	10,987	354	2,202	5,467	34,113
10~19명	595	8,085	444	5,703	167	2,258	260	3,218	131	1,800	1,397	21,064
소계	5,849	18,036	19,485	42,563	7,244	9,371	19,048	45,723	9,247	14,604	60,873	130,297

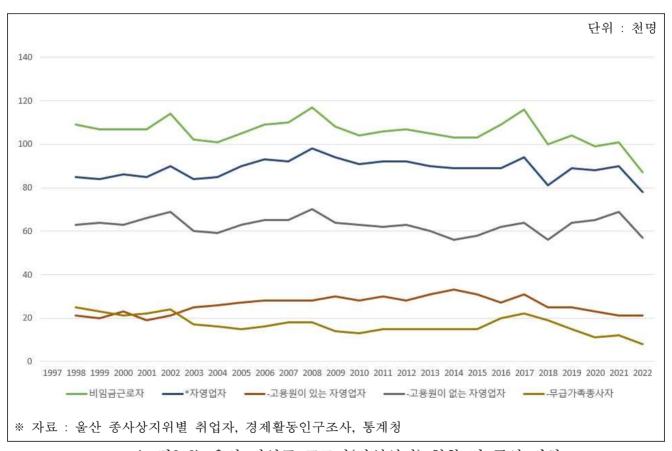
※ 자료 : 2019 울산광역시 산업・종사자 규모별 통계, 통계청

- 2019년도 조사된 울산광역시 산업 및 종사자 규모별 통계에서는 울산 의 20인 미만 사업장은 총 60,873개소로 전통시장, 상점가 등의 도·

소매 업종을 포함, 제조업과 소상공인 및 소기업 주요 업종인 운수창고업, 숙박음식점업 등에 총 130,297명이 종사

- 이 중 5인 미만 사업체가 20인 미만 사업체의 91%를 차지하는 55,406 개소이며 종사자 수도 20인 미만 사업체 전체 종사자의 73.5%
- 울산의 5인 미만 사업체 중 가장 많은 수가 도·소매업종이며 다음으로 숙박·음식점업종임. 울산도 전국적 소상공인·소기업 업종구성과 유사한 구조를 갖추고 있으며 해당 업종이 자영업자가 자격 제한없이 시장 진입이 용이한 업종이기 때문

#### ○ 울산 자영업자 현황 및 구성



〈그림3-2〉울산 비임금 근로자(자영업자) 현황 및 구성 변화

- 울산의 비임금근로자 중 자영업자 증감은 울산의 산업경제지표, 국가 경제지표와 동조현상이 나타남. 2003년 신용대란, 2008년 글로벌 금융 위기 이후 울산의 자영업자 수의 급감이 나타났으며 울산지역 고용감소, 실업률 증가, 근로가능 인구의 역외전출이 증가한 2018년 이후 자

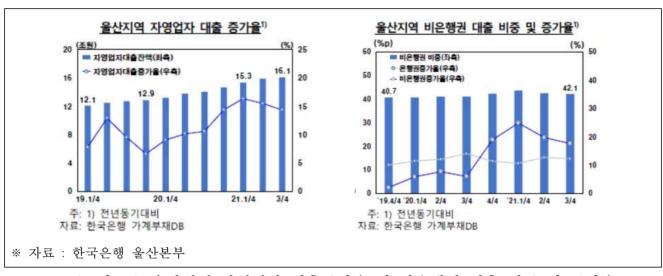
영업자 수가 이전 해에 비해 급감하는 경향이 나타나고 있음

- 타 지역의 경우 일반적으로 고용종사자가 있는 자영업자 감소 시 자영 업자의 무급가족종사자 수가 늘어나는 경향 있음. 그러나 울산은 고용 종사자 자영업자 감소 시 자영업자의 무급가족종사자 수도 동시 감소 하는 추세, 울산 자영업자 업종의 경우 영세자영업자가 큰 부분을 차 지하고 있음(울산발전연구원, 2013), 자영업의 지속가능성을 담보하지 못하는 영세한계기업이 다수 존재
- 또한 울산의 자영업은 국가 대표 산업도시인 울산의 도시 특성에 따라 도시산업의 경기에 민감하게 반응, 자영업황이 도시경기에 후행, 이에 따라 지역산업의 경기불황 시 소상공인 관련 업종에 종사하는 자영업자의 폐업률 증가, 종사자 지역이탈 등 발생

#### ○ 코로나19에 따른 울산지역 소상공인 영향

- 2019년 말부터 코로나19의 확산으로 인한 사회적 거리두기, 영업시간 제한 등 전국의 서비스업 업황 위축과 특히 숙박음식업, 도소매업 등 대면서비스업의 생산지수가 큰 폭 하락
- 울산지역 자영업자는 그림3-2와 같이 2015년을 저점으로 급속히 증가하는 추세였으나 2018년 이후 감소세이며 고용종사자 없는 자영업자비중은 7개 특·광역시 중 1위, 매출액 5천만 원 미만 소상공인 비중 1위 (한국은행 울산본부, 2022)
- 코로나 19 팬데믹 이후 2021년중 개선 지연되며 체감경기지수는 2019년 평균 하회, 업황부진 원인은 인원 및 영업시간 제한 등 정부의 방역조치 강도변화에 기인, 매출감소 등 업황 부진에도 2020년 울산지역의 자영업 창업률은 17.5%로 2019년 16.6%에 비해 증가, 폐업률은 2020년 12.5%로 2019년 14.0%에 비해 감소
- 단, 울산지역 자영업자 대출은 코로나19 발생 이후 매출감소로 인한 자금수요 증가에 의해 증가추세, 코로나19 영향이 심화된 2020년 1/4 분기 이후 2019년 이전(12.1%)과 비교 높은 대출 증가율(16.1%), 자영

업자 대출은 비은행권 중심으로 큰 증가 (한국은행 울산본부, 2022).



〈그림3-3〉울산지역 자영업자 대출증가율 및 비은행권 대출 비중 및 증가율

- 울산지역 자영업은 최근 변화하는 영업환경에 적절한 대응이 힘든 취약구조적 문제 내포, 자영업자 대부분 영세, 고령화 추세를 갖고 있으며 대면중심 서비스업종인 도소매, 숙박음식업에 종사, 코로나19 이후전개된 비대면 소비, 디지털화에 적응하기 어려운 문제
- 울산지역 자영업 업황은 울산지역산업 업황악화에 따른 인구감소와 이에 따른 지역 소상공인 자영업자의 매출감소 영향이 확대되는 가운데 발생한 코로나19의 영향으로 매출감소 심화, 따라서 코로나팬데믹에 따라 피해가 발생한 자영업자에 대한 충분한 자금지원 필요, 또한 자영업자 대출 증가에 따른 대출 건전성 등 행정당국의 지속적인 모니터 링 필요

#### 3. 울산 소상공인 · 전통시장 정책 효과분석

- 울산의 소상공인·전통시장 정책
  - 울산의 소상공인, 전통시장 정책은 정책대상에 대해 직접적인 수혜를 목적으로 추진되는 시책은 전무, 자영업 경영 안정화, 경쟁력 제고를

위해 소상공인 행복드림센터(울산신용보증재단), 울산경제진흥원, 울산 고용센터 등 개별단위 소상공인 지워시책 의존

〈표3-7〉울산지역 소상공인 대표 지원사업 현황

사업주체	사업명	사업내용 (예산)	대상
	창업·경영 아카테미	마케팅, 재무관리, 온라인실습 (시비 100만원)	510명
소상공인	맞춤형 컨설팅	창업-폐업 1:1 맞춤형 컨설팅 (시비 100만원)	130개 업체
행복드림센터	경영환경개선사업	위생, 안전관리, 점포환경개선 등 (시비 400만원, 소상공인 자부담 20%)	160개 업체
	온라인플랫폼 지원사업	온라인 플랫폼 중계수수료, 온라인 광고비 등 (시비 180백만원, 소상공인 자부담 10%)	160개 업체
중소기업 중앙회	노란우산 희망장려금 지원	연 매출 3억 이하 신규 소상공인, 무등록 소상공인 (대상인원 월 1만원)	약 1,800명
울산일자리 재단	1인 소상공인 고용보험료 지원	고용보험료 납부액 최대 30% 지원 (신청일로부터 최대 3년간)	약 250명
소상공인시장 진흥공단	소상공인 지원사업	성장지원, 컨설팅, 백년가게 지원 등	-

※ 자료 : 울산광역시

- 대표적 소상공인 지원정책은 정부지원(중소벤처기업부)기반 소상공인시 장진흥공단 소상공인 지원사업으로 창업지원, 경영성장, 재기지원, 전통 시장 활성화 지원, 정책자금 등 지원, 특히 2022년 전통시장 활성화 지 원을 통해 울산관내 14개 시장 및 상권(중구 문화의 거리, 반구시장, 성남프라자, 웰컴시티, 젊음의 거리, 구역전시장, 남구 수암종합시장, 번개시장, 울산산업공구월드, 동구 남목시장, 동울산종삽시장, 전하시장, 북구 염포시장, 호계공설시장)에서 공동마케팅, 매니저 고용사업 진행
- 울산신용보증재단을 통해 신용보증지원사업 실시. 소상공인 행복드림센터를 통해 경영안정자금 보증지원사업을 통해 업체당 최대 6천만 원까지 지위

〈표3-8〉울산시 소상공인, 전통시장 관련 조례 현황

제정일자	조례명	조례목적
2009.10.08	울산광역시 유통업 상생협력과 소상공인 지원조례	유통기업, 준대규모점포, 중소유통기업 및 소상공인 간 상생협력관계 공고, 소상공인 보호 및 지역 유통업 균형발전 도모, 지역경제 발전 이바지
2014.02.27	울산광역시 전통시장 및 상점가 육성에 관한 조례	전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법에 따라 서민경제 안정, 지역상권 활성화, 지역경제 발전에 필요한 사항 규정
2016.03.10	울산광역시 전통시장지원센터 설치 및 관리운영 조례	전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법에 따라 전통시장과 상점가의 활성화, 울산광역시 전통시장 지원센터 설치 및 관리운영 필요한 사항규정
2018.04.12	울산광역시 착한 가격업소 지원에 관한 조례	착한 가격업소 지원 통해 지역 내 소상공인의 안정적 영업도모, 지역물가안정 및 지역경제 활성화 기여
2018.11.08	울산광역시 지역서점 활성화에 관한 조례	울산광역시 소재 지역서점 영업활동 촉진, 경영안정과 지역문화공간으로 성장도모, 균형있는 지역경제 발전 및 시민독서문화 진흥 이바지
2021.07.08	울산광역시 산업디자인 육성 및 지원조례	울산광역시 산업디자인 육성 및 지원 필요사항 규정, 중소기업, 소상공인 및 사회적 기업 사업디자인 연구 및 개발을 촉진, 지역산업 경쟁력 강화 이바지
2021.09.24	울산광역시 소상공인 지원조례	소상공인의 자유로운 경제활동 촉진, 안정적 성장도모, 지역경제 균형발전 이바지
2021.12.29	울산광역시 골목상권 공동체 육성 및 활성화 지원조례	골목상권 공동체 육성 및 활성화 지원, 소상공인 역량 강화 및 공동체간 협업도모, 골목경제 활성화 이바지

※ 자료 : 자치법규정보시스템

- 울산 시의회는 소상공인, 전통시장 지원을 위해 다양한 조례 제정, 2009년 유통업 상생협력 및 소상공인 지원조례를 시작으로 소상공인, 전통시장 관련 8개 조례 제정, 개정 및 시행
- 이외 울산의 각 기초자치단체에서도 별도의 지원조례 제정 및 시행, 특히 울주군의 경우 2014년 6월 울산시 최초로 중소기업청 사업계획 공모를 통해 도심상권활성화를 위한 상권관리기구 비영리 법인인 '울주군 상권활성화재단'을 설립, 2014년 9월 관련 조례를 제정. 울주군 상권활성화재단은 재단설립 초기 2015년 '언양알프스시장'에 총 사업비 140억여 원을 투입하는 등 지역 전통시장 및 도심 상권 활성화 사업추

#### ○ 울산의 소상공인·전통시장 정책 효과

- 울산시 의회에서 제정한 소상공인, 전통시장 관련 조례는 전국 지자체에서 유사한 시기에 제정된 조례, 조문과 차이 없고 울산의 지역 경제적 특성이나 소상공인, 전통시장 정책에 대한 추가적 제안 및 지역 중소상공인 및 자영업자가 필요한 현실적 지원내용 부재
- 특히 타 광역자치단체의 유사 조례에서 확인되는 자영업자, 소상공인 지원을 위한 적절한 기구, 기금 등의 설치내용과 시행규칙이 울산시 조례에는 미확인, 필수 집행요건이나 업무주체가 별도의 시행규칙 또는 관련 기관, 단체 위탁사항으로 정해져 소상공인, 자영업자 대상 정책 추진의 근거가 되는 조례를 심의, 의결하는 시 의회의 조례 제정목적과 대상에 대한 이해정도가 낮음을 유추
- 울산 소상공인 관련 정책의 수혜대상은 울산시 예산이 확정된 사업에 한하여 3,100여개소에 한정. 이는 전체 울산관내 소상공인 업체의 4.94%에 불과, 특정한 조건(신용도)에 해당되거나 접수를 위한 온라인 접근성이 높은 경우가 아니면 정책수혜가 어려운 환경. 특히 2021년, 2022년 울산신용보증재단이 소상공인 행복드림센터를 통해 실시한 '소상공인 경영안정자금'의 경우 사업신청이 온라인에서 단시간에 마감 (소상공인 행복드림센터 보도자료, 2021.1.26.)됨. 그러나 지역 내대다수 소상공인, 자영업자 연령이 50~60대로 온라인 접근성이 낮아 실제 사업수혜가 요구되는 해당 연령대의 디지털 리터러시 필요
- 또한 현행 지원정책 대부분 소상공인, 자영업자들이 처해있는 자금적 상황을 해소할 수 있는 정책보다 컨설팅 또는 영업환경 개선부분 등 중앙정부 기준의 사업에 대한 예산수립과 집행으로 영세자영업자가 많 은 울산의 소상공인, 전통시장 환경에서는 정책효과 미미

#### 5. 국내외 소상공인 · 전통시장 정책 사례분석

#### 가. 국내 정책사례 분석

#### 중소베처기업부

- 시장경영 바우처 지원사업
  - : 바우처 한도 내 마케팅·시장매니저·배송서비스 등 정책서비스를 자율적으로 선택·추진할 수 있도록 지원하는 사업으로, 바우처는 사업·인력 지원 서비스를 이용할 수 있는 증서로 소상공인시장진흥공단으로부터 지급된 바우처를 서비스 수행기관에 제출하면 필요한 용역을 제공받을 수 있으며 해당 바우처 비용은 소상공인시장진흥공단이 수행기관에 지급
  - : 지원대상 및 규모는 전국 200여 곳의 전통시장이며 1곳 당 최대 6천 만원까지 지원되며, 비바우처 지원부분은 시장매니저, 배송서비스 계 속지원시장 114곳 내외 및 전국우수시장 박람회, 지역상품전시회 등
- 희망사업 프로젝트 및 특성화 첫걸음시장 지원사업
  - : 지역 역사·문화·관광자원 등과 연계 지역 전통시장 고유의 특성과 장점을 특화 육성하여 소비자가 즐겨 찾을 수 있는 전통시장을 육성 하는 사업으로 지원대상 선정되는 전통시장은 점포별 화재감지시설, 상인기획단 운영을 의무적으로 수행
  - : 지원내용은 시장당 2년간 20억원이 지원되며 시장 대표상품 개발 및 판로개척, 키즈카페, 장난감 도서관, 문화센터 설립, 민간협업을 통한 비즈니스 모델 개발 컨설팅 등을 지원
- 청년몰 조성 및 활성화 지원사업
  - : 전통시장 내 유휴공간 활용, 복합청년몰 조성 및 예비청년상인의 전통시장 창업지원, 기존 청년몰 사후지원 및 청년상인 자생력 강화 도약지원 등 젊은 고객 유치를 통한 전통시장 활력 제고 및 일자리 창출 목적

- : 지원규모는 복합청년몰 조성 5곳 (37억원), 기존 청년몰 활성화 및 확 장지원 13곳 (37억원), 청년상인 도약지원 270명 (27억원), 전통시장 대학협력 지원 13곳 (16억원) 등
- 이외 전통시장 화재알림시설 설치사업 (2만3천 점포, 132억원), 전통시장 노후전선 정비사업 (91억원), 전통시장 시설현대화 사업 (430곳, 1,237억원), 주차환경개선사업 (45곳, 1,424억원), 온누리상품권 발행 등

## ○ 경기도 시장상권진흥원

- 광역지방자치단체 최초 소상공인, 전통시장 지원 전담기관
- 2019년 6월 소상공인 경영안정 및 성장, 전통시장 등의 활성화 사업의 효율적 추진 위해 '경기도시장상권진흥워'설립
- 경기도시장상권진흥원(이하 진흥원)은 경기도 내 지역별, 업종별 특성을 고려한 소상공인, 전통시장 활성화를 위해 다양한 사업실시
  - ① 소상공인 경영안정, 전통시장 활성화를 위한 전문인력 양성
  - ② 전통시장 경영현대롸를 위한 정보제공, 상담 및 교육
  - ③ 소상공인 지원 데이터베이스 구축 및 운영
  - ④ 경기도 상권영향분석 시스템 운영
  - ⑤ 소상공인 기술개발 및 업종교류 지원
  - ⑥ 소상공인 공동구매 및 유통물류센터 구축 등 소상공인 조직협업화 지원
  - ⑦ 소상공인 적합 신규사업 발굴 및 보급
  - ⑧ 전통시장 활성화 지원 법인 및 단체지원
  - ⑨ 전통시장 상인자조조직 육성
  - ⑩ 도시형소공인 집적지구 육성 및 지원
  - ⑪ 지역화폐 보급 및 이용 활성화
  - ② 소상공인·전통시장 활성화 위탁사업
  - ③ 기초자치단체 관리 운영 시장상권지원기구 설치, 운영, 사업지원
  - ⑭ 혁신형 소상공인 발굴 육성

- ⑤ 정부, 광역, 기초, 관련기관 및 단체 협력체계 구축 및 운영
- 진흥원 재원은 국가, 경기도, 기초지자체 출연금 및 보조금, 자체수익 사업의 수익금 등으로 구성
- 전통시장 활성화 정책 일환으로 청년상인, 명품점포 육성, 사업화 자금 지원(신규창업 4천만원, 재도약 2천만원, 가업승계 1천만원), 또한 최대 6개월간 임차비 및 간판, 집기 등 지원, 온·오프라인 홍보 및 인터넷 판매 1:1 전담직원 지원
- 진흥원 자체 KPI사업으로 점주역량 강화(세무회계, CS등)을 통한 교육 지원사업 등 현장 맞춤형 컨설팅 실시
- 경기도 내 골목상권 활성화를 위한 신규조직지원 50곳, 성장지원 100 곳, 운영지원 150곳을 지원목표, 상인대표 리더십훈련, 골목상권 고객센 터 운영, 스마트역량강화 프로그램 진행

〈표3-9〉 경기도 골목상권 활성화 사례

(2007) 6712 2400 200 1111								
구분	조직 및 회원현황	사업내용						
	상인회 27명	- 공동마케팅 : 상인회로고, 앞치마 및 조끼,						
안산시 와동상인회	(회장1명, 부회장1명,	우수상권 현장견학, 경영교육						
	임원 3명)	- 환경개선 : 상인회공동간판						
		- 공동마케팅 : 지역노래자랑축제, 상가앞치마,						
수원시 금곡동	상가주택협의회 초기 38명	상인회 현수막						
어울림상가주택협의회	(100명으로 증가)	- 환경개선 : (수원시음식문화거리지정)						
		경관조명, 꽃길사업 시예산 지원						
아즈리	상인회 20명	- 공동마케팅 : 단체복, 상기리플릿, 상가가이드북						
양주시 일영리상가번영회	(50명으로 증가)	홈페이지 제작, 배달품목						
물장나장/[변장외	(30825 8/1)	- 환경개선 : 장흥계곡 대형종합안내도, 방역물품						
부천시 춘의동상인회	상인회 35명	- 공동마케팅 : 홍보책자 가이드북						
구선시 군의중생인의	(49명으로 증가)	- 시설개선 : 방역활동, 상점가지도안내판 등						

\_\_\_\_ ※ 자료 : 경기도시장상권진흥원

- 서울시 신용보증재단 시장활성화 사업
  - 재단 소상공인 빅데이터 기반 업종별, 상권별 상권분석서비스(우리마을가게 상권분석서비스)제공, 서울시 총 1,496개소의 상권지정 (골목상권 1,010개소, 발달상권 253개소, 전통시장 227개소, 관광특구 6개소)
  - 전문가 중심 점포별 1:1 맞춤식 지원

## 〈표3-10〉서울시 상권 활성화 사례

(							
구분	조직 및 회원현황	사업내용					
태능시장상인회	시장상인회 20곳 시장상가번영회 100곳	- 공동마케팅 : 경영교육지원, 마케팅상담, 메뉴개발, 매장연출 - 환경개선 : 간판교체 등 노후시설정비					
용답푸르미르로데오거리	상가시장번영회 169곳	- 공동마케팅 : 1:1메뉴개발, 손익분석, 전통시장연계형 도시재생 희망지 사업신청 - 환경개선 : 냉장고 등 집기교체, 화장실 개선					
쌍문역둘리상점가	상인회 72곳	- 공동마케팅 : 온라인홍보교육, 스마트플레이스, 간판 및 버스킹공간, 상점가 조명개선 등 - 환경개선사업 : 점포인테리어, 시설교체 사업					

\* 자료 : 서울시(2019)

# ○ 인천 특화거리 사업

〈표3-11〉 인천시 특화거리 현황 (2021.7)

구	거리명	소재지 도로명	총길이(m)	점포수	지정연도
	화평동 냉면거리	화명로 10	320	12	1997
동구	송현동 순대골목	화도진로 41번길 3	91	7	1997
	류현진 거리	동산로 58	1,420	2	2016
	근대개항장 거리	신포로23번길 일원	566	176	2015
	송월동 동화마을	자유공원서로 45번길 일원	311	251	2015
	송월동 카페거리	자유공원서로 37번길 일원	271	38	2015
중구	신포동 특화거리	우현로39번길 일원	450	215	2015
	차이나타운 거리	차이나타운로 일원	754	664	2016
	제물량로 특화거리	KT삼거리-답동사거리	430	50	2017
	월미도 특화거리	월미문화로 16-95	766	50	2017
계양구	계양맛길 음식문화시범거리	계산동 1080-1083	1,440	135	2008
AI & T	용종마을 음식문화시범거리	용종동 216-226	2,610	21	2010
부평구	부평 문화의 거리	부평문화로	270	141	2013
연수구	연수동 음식문화시범거리	샘말로, 청능대로 113번길	232	137	2007
<del>한</del> 千기	선학동 음식문화시범거리	학나래로 일원	590	117	2013
서구	맛고을길	탁옥로33번길 16	160	42	2005
///	검단 먹거리타운	검단로459번길 10	230	83	2007
	더리미 장어마을	선원면 신정리일원	200	6	2000
기치그	선수 밴댕이마을	화도면 내리일원	300	22	2009
강화군	외포리 꽃게마을	내가면 외포리일원	2,000	7	2012
	강화 별밤거리	강화읍 관청리 일원	300	19	2017
미추홀	학익 법조타운 먹거리촌	소성로185번길 23	500	63	2004
	용현동 물텀벙이 거리	독배로 403	100	4	2002
구	석바위 음식거리	석바위로 148-1	500	38	2013

\* 자료 : 유벙국·박진용·임진 (2021)

- '특화거리'는 정확하거나 특별한 정의를 가진 용어가 아닌 해당 사업의 목적이나 내용에 따라 다양하게 정의(유병국·박진용·임진, 2021). 인천시는 구도심 상권 및 골목상권 활성화를 목적으로 1997년부터 특화거리를 지정, 설치 운영

## ○ 행정주도형 상권활성화 시사 및 한계점

- 소상공인, 전통시장 상권활성화를 통한 지역경제 활성화 정책에 있어 지방자치단체 또는 위탁사업을 실시하는 중간관리기구(행정기관, 공공기관)는 사업계획 수립, 자금지원, 주민참여, 인센티브 제공 등의 핵심적 역할 수행 가능. 그러나 지역상권의 지속가능한 활성화를 위해서 행정기관이나 공공기관 의 경우 사업추진과 진행을 위한 보조적 역할에 머물러야 하며 실제 해당지역 상인과 주민이 핵심적 역할 담당해야 함. 따라서 지역공동체 핵심요소인 상인과 주민이 배제된 상태로 지역 활성화 사업 진행 시 실적, 성과 등 결과위주로 사업이 진행되고 기존사업보다 신규사업에 역량이 집중되며 공직 담당자의 전출 등으로 인한사업 일관성 훼손 등으로 사업성과에 큰 영향을 끼칠 수 있음

## 나. 해외 정책사례 분석

- 스페인 바르셀로나 산타 카타리나 시장 활성화 사업
  - 1948년 개장한 시장으로 스페인 내전 이후 중요한 식량자원의 공급처로서 역할 했지만 오래된 시설과 대규모 유통시설에 밀려 지역민으로 부터 외면
  - 바르셀로나시는 지역의 건축사무소 EMBT와 리모델링 사업을 실시, 2005년 재개장, 산타 카타리나 시장의 리모델링 사업은 오래된 시장의 이미지를 디자인 혁신으로 이미지 전환한 사례로 67가지 색상의 조합의 반투명 및 투명 세라믹 타일의 지붕으로 유명
  - 기존의 시장 외벽을 허무는 대신, 카탈루냐 전통시장 형식을 유지하고

점포수를 줄이는 대신 주차장, 식당 등의 시설을 설치, 효율적이면서 쾌적한 공간을 조성

- 시 정부와 시장상인회를 중심으로 디지털 기술을 적극적으로 수용, 일 부 점포에서는 이메일로 상품을 구매할 수 있는 온라인 구매시스템 구 축





〈그림3-4〉 바르셀로나 산타 카타리나 시장

- 스페인 마드리드 산타 마리아 시장 활성화 사업
  - 1940년 마드리드 아르간수엘라에서 개장, 오래된 시설과 인근지역 대규 모 유통시설이 입점하면서 지역 소비자로부터 외면, 시장규모가 초기에 비해 1/3로 축소되며 침체
  - 2006년 마드리드 시, 대형유통업체 '메르카도나'가 상생협력계획을 발표하고 시장 리모델링 사업 시행
  - 산타마리아 전통시장은 시장상인회를 주축으로 스페인 정부 및 마드리 드 시로부터 1800만 유로(약 260억 원)을 지원받아 화재방지시스템, 냉난방 시스템, 장애인 편의시설, 내외벽 강화 등 시설현대화 사업을 실시하고, 기존의 상점 공간이던 시장중심부를 광장화 하여 시장전체를 쉽게 조망할 수 있도록 디자인을 개선
  - 시장을 재건축 하면서 1층을 전통시장, 2층을 메르카도나의 대형마트로 구성하며 고객유인효과를 높였으며 전통시장의 집기류 및 편의시설을 대형마트에서 지원하여 쾌적한 쇼핑환경을 조성함으로서 전통시장의

매출이 3배 증가

- 전통시장과 대형마트 간 상호보완적 상품구성으로 공존 가능한 유통환 경의 세계적 선도모델로 자리 잡음





〈그림3-5〉 마드리드 산타 마리아 시장 / 메르카도나

- 일본 쿄토 스가모 지조도오리 상점가 활성화 사업
  - 일본 에도시대(1603~1868)에 설립된 쿄토의 스가모 시장은 쿄토에서 도 쿄로 가는 지방도에 위치한 시장으로 '코게누키 지죠 고간지'라는 유명한 사찰에 인접해 있어 노년층의 이동이 잦은 상권지역으로 노인 대상 상품을 전문적으로 파는 노인전문시장으로 발전
  - 1970~80년대 경제활황기 이후 버블경제 시기에 타 지역 전통시장과 같이 쇠퇴하였으나 2000년대 들어 시 정부와 스가모 시장상인회를 중심으로 '노인공략마케팅'을 통해 활성화 하였고, 이후 교토지역 관광상품 시장으로 자리매김하여 매년 800만명 이상의 관광객이 방문하는 관광지 시장으로 변모
  - 스가모 지조도오리 상점가는 전통시장으로 명맥을 유지하기 위해 별도 의 현대화 사업(아케이드 사업)을 하지 않음으로 옛 시장 분위기를 보존하여 지역의 특색을 살린 전통시장 활성화 사례
  - 신규 소비자 유입 대신 기존 소비자인 노인층 중심 마케팅을 통해 활성화 성공, 스가모 시장은 노인수요에 맞춘 의류, 식품류, 잡화 등의 다양한 품목을 노인층 수요에 맞게 저렴하게 판매, 가격표·식당 메뉴

판·시장안내도 등 홍보시설물을 큰 글씨로 표기, 원거리에서도 노인들이 쉽게 인식할 수 있도록 배려, 상가 곳곳 벤치와 쉼터 조성 및 노인전용치과, 무료 족욕시설 등을 설치하여 노인 행동패턴에 맞춘 시장 편의시설 제공, 골동품, 노인용 악세서리, 건강상품 등 노인특화 상품 판매 및 종사자도 중장년층 적극 채용 등 초고령화 사회에 맞는 특화시장으로 구성하여 최근 5년간 매출 15% 상승효과





〈그림3-6〉 스가모 지조도오리 상점가

- 일본 나가노현 사쿠시 이와무라다 상점가 활성화 사업
  - 사쿠시 이와무라다 상점가는 에도시대부터 조성된 유서 깊은 상점가로 교통 중심지인 도시 특성에 기인하여 유통중심지로 역할
  - 1960년대 중반 도로확충 및 방재건축가구 조성사업 대상지로 선정, 30 년간 중심 상점가로 자리, 1997년 인근지역에 신칸센 역 개통 후 역 주 변 대규모 상업시설 입점으로 상점가 고객감소 및 쇠퇴
  - 1996년 상점가 청년회 중심 '이와무라다 혼마치 상점가 진흥조합'설립, 공동마케팅·상인교육 등 자체 활성화 프로그램 시작
  - 상인진흥조합 활성화 작업에도 고객유입 난항, 조합 인근 거주민 설문 조사 통해 상점가 활성화 방향 수정, 2002년 빈 점포 휴게 공간화, 이 벤트모임 주민회관 활용 등으로 연간 6,000명이 이용하는 상점가 내 커 뮤니티 공간 구성, 설문조사 기반 커뮤니티 공간에 월 2회 임시시장 개 설, 상품조달을 위해 사쿠 농업센터, 여성농민그룹, 청년농민그룹, 북사 쿠 농업학교, 지역복지단체에서 생산된 농산물, 가공식품류 등 판매, 시

즈오카 시미즈 항으로 수산물을 납품받아 판매 등 지역밀착 고객창조 형 상점가 육성

- 또한 인근 대형쇼핑센터 상생협력 사업을 통해 상점가의 기존 포인트 카드와 대형쇼핑센터 IC카드 통합, WAON IC카드(1인당 2만엔 충전)발행. 상점가 및 대형쇼핑몰 상품구매 시 포인트 동시 적립 및 사용가능, 인근 거주민의 높은 호응 유도 및 지역공동체 연대강화

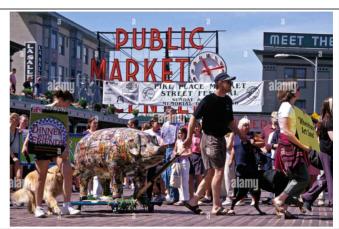


〈그림3-7〉 사쿠시 이와무라 상점가 / WAON IC 카드

- 미국 시애틀 파이크 플레이스 마켓 활성화 사업
  - 미국 워싱턴주 시애틀 인근 농부들의 플리마켓에서 시작한 전통시장으로 1907년 시애틀 도시위원회가 정식으로 설립, 농수산물·미술품·지역토산품 등 다양한 상품 취급, 지역 농업인 및 공예품 소상공인들과 지역을 대표하는 전통시장
  - 1930년대까지 상인수 600명으로 증가, 지속적 성장과 발전 거듭, 제2차 세계대전과 산업화, 슈퍼마켓 체인점 증가로 침체시작, 1960년대 상인 100명의 소규모 시장으로 침체, 상인회 중심으로 시장활성화를 위한 다 양한 활동전개
  - 시장상인 및 저소득층 주민을 위한 시애틀 시 정부의 상생협력 프로그램을 통해 상인과 시민 간 친밀도 강화, 고객의 시장경영 참여를 통한 시장의 공공재 인식 강화, 상인회 주도 전반적 시장운영 관리 강화 (가격담합 근절, 불량제품 판매금지 등) 자구책을 통한 고객신뢰 강화활동
  - 고객중심 쇼핑편의 위한 상품, 업종별 상점배치, 시장정보지 무료제공,

전통시장 이미지 유지와 현대적인 쇼핑 서비스 제공을 통해 인근 대형 할인유통점에 대한 경쟁력 확보 및 각종 예술 문화공연 상시 개최 등 이벤트를 통한 고객 만족도 강화정책 실시





〈그림3-8〉 파이크 플레이스 마켓

- 해외 전통시장 및 상점가 활성화 정책의 시사 및 한계점
  - 해외 전통시장 및 상점가의 경우 시 정부 개입 전 대부분 상인회의 상 권 활성화 과정 선행, 전통시장 현대화 사업 경우 시 정부와 지역 전문 디자인 회사, 건설사, 전문가그룹 등과 민관 거버넌스, 전통시장의 기본 구조를 충분히 감안 현대화 및 리모델링 사업, 재개발, 현대화 및 리모 델링 사업 후 지역공동체 상생 중심 교류 프로그램 기획, 지역 내생적, 지속가능한 상권활성화 프로젝트 운영
  - 해외 전통시장 및 상점가 활성화 정책의 경우 전통시장이나 상점가의 상인회가 우선 자발적 혁신을 위한 행동이 우선되고 이를 위해 학습하 는 조직이 자생하였고 이를 지자체와 정치세력들이 지원하는 방향으로 발전되어 지속가능성을 확보
  - 해외 사례에서도 지자체 정부의 수장이 바뀌는 경우나 상인회 조직이 이전의 결속력이 가지지 못하는 경우 활성화 정책의 지속성 담보가 어 려운 점이 확인(영국 브리스톨)
  - 따라서, 지속가능한 활성화 방안 유지를 위한 민관 거버넌스를 위한 소 상공인, 전통상인 전담조직을 통한 지속적인 민관교류, 상생방안 모색 필요

### 1. 울산시 소상공인 · 전통시장 인식조사 및 FGI

- 울산시 소상공인·전통시장 활성화 방안을 위해 현재 활동하고 있는 소 상공인·전통시장 상인 및 전문가를 대상으로 인식조사를 수행하였음
  - 설문 조사대상의 특성을 간단히 정리하면 다음과 같음.

구분	성별	연령대	활동유형
참여자 A	남성	50	소상공인
참여자 B	남성	50	지역사회 전문가
참여자 C	여성	30	소상공인
참여자 D	남성	40	전통시장
참여자 E	남성	50	소상공인
참여자 F	여성	30	전통시장

⟨표4-1⟩ 조사참여자 특성

- 울산시 소상공인과 전통시장에 대한 기본인식을 확인한 결과는 다음과 같음
  - 지역사회와의 결합도가 높은 것으로 나타나고 있음. 대표적으로 고객과 상인의 지역주민 수준, 지역행사와 지역경제, 소상공인과 전통시장의 발전을 위해 노력해야 한다와 이러한 노력이 실제로 소상공인과 전통시장의 발전에 영향을 미칠 수 있을 것으로 기대하고 있었음
  - 하지만 지역사회와의 소통, 지역사회의 변화를 따라가지 못하고 있는 문제, 판매하는 상품이 다양하지 못하고 특색을 갖추지 못하고 있는 한계, 지역주민과의 소통의 부족(다양한 커뮤니케이션 장치 부족)과 같 은 부분에 대해서는 상대적으로 낮은 점수로 나타났음
  - (정리) 오랜 기간 지역사회를 기반으로 활동한 안정성은 확보되어 있으나, 전반적인 사회변화를 따라가지 못하고 있으며, 이에 주민들과의

관계를 높일 수 있는 방안 역시 마련하고 있지 못함. 하지만 변화에 대한 기대와 노력에 대한 참여는 확실하게 인식되고 있는 바, 적절한 지원이 제공될 시 변화될 수 있는 가능성은 높음

〈표4-2〉 소상공인 · 전통시장 기본인식

	문항	N	최소값	최대값	평균	표준편차
1	우리 고객은 대부분 우리 지역주민이다	6	3.00	5.00	4.50	0.837
2	우리 상인은 대부분 우리 지역주민이다	6	3.00	5.00	4.50	0.837
3	우리는 지역주민과 소통이 잘 이루어지고 있다	6	1.00	5.00	3.33	1.506
4	우리는 우리지역 이미지에 잘 어울린다	6	2.00	4.00	3.17	0.753
5	우리는 지역문화를 잘 반영하고 있다	6	2.00	4.00	2.50	0.837
6	우리는 지역특산물을 경험할 수 있다	6	2.00	3.00	2.50	0.548
7	우리는 지역 행사에 관심이 있다	6	2.00	5.00	3.67	1.211
8	우리는 지역경제발전에 기여하고 있다	6	3.00	5.00	3.67	0.816
9	판매하는 상품은 현지에서 생산한 것이 많다	6	1.00	3.00	2.33	0.816
10	우리는 지역문화를 나타내기위해 노력한다	6	1.00	4.00	2.67	1.211
11	우리는 지역문제나 정책・선거 이야기가 활발하다	6	1.00	5.00	3.17	1.472
12	우리는 일자리,부동산,경조사 등 다양한 정보를 얻을 수 있다	6	1.00	5.00	2.83	1.329
13	우리는 가정문제에 대해 이야기를 쉽게 나눈다	6	1.00	5.00	2.83	1.329
14	우리는 흥정과정에서 인간적 교류를 우선한다	6	2.00	5.00	3.83	1.169
15	우리는 대형마트에 취급하지 않는 지역상품이 있다	6	1.00	5.00	3.17	1.602
16	우리는 저소득층에 적절한 상품이 있다	6	2.00	5.00	2.83	1.169
17	우리(소상공인/전통시장)의 발전을 위해 지역주민 모두 가 힘을 모아야 한다	6	4.00	5.00	4.83	0.408
18	우리(소상공인/전통시장)은 지역주민이 노력하면 발전 할 수 있다	6	4.00	5.00	4.83	0.408
19	우리(소상공인/전통시장)가 쇠퇴하면 우리 지역이 쇠퇴하는 것처럼 느껴진다	6	3.00	5.00	4.33	1.033
	전체	6	2.84	4.26	3.45	0.607

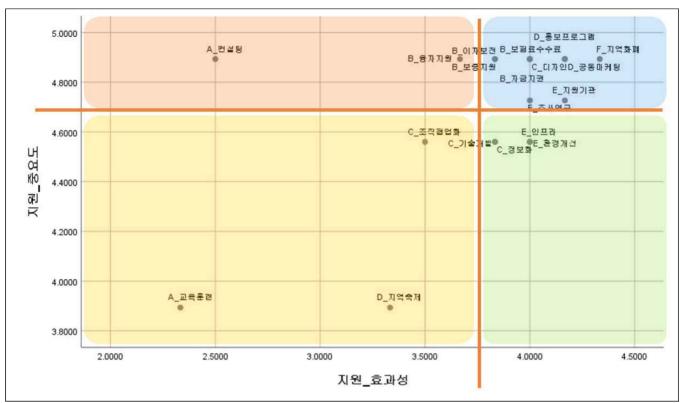
- 울산시 소상공인과 전통시장 활성화를 위해 **울산시에 필요한 지원제도** 와 정책에 대한 인식을 중요도와 효과성으로 구분하여 확인해보았음
  - 지원정책에 대한 중요도를 확인해보면, 보증지원(5.00), 융자지원(5.00), 이자보전(5.00), 자금지원(5.00), 보험료·수수료(5.00), 홍보프로그램 (5.00), 공동구매 등 공동마케팅(5.00), 지역화폐(5.00)에 대해 모든 조사 대상자들이 가장 중요하다고 인식하고 있는 것으로 나타났음
  - 지원정책에 대한 효과성 기대를 확인해보면, 홍보 프로그램(4.17), 공동 구매 등 공동마케팅(4.17), 지원기관 구축·운영(4.17)이 가장 높게 나 타나 중요도와 차이를 보이고 있었음
  - (정리) 전반적으로 지원정책의 필요성은 높게 인식하고 있으나, 해당 지원정책의 효과성에 대해서는 의문을 가지고 있는 것으로 나타나고 있음. 이는 단순히 해당효과성에 대한 의문이라기보다는 관련 지원정책을 실제로 경험하지 못한 상황이 반영된 것으로 볼 수 있음. 또한 지원정책의 중요도에서는 자신의 운영과 관련한 직접적인 지원이 중요한 것으로 인식하고 있었으나, 효과성 기대는 홍보와 마케팅 등 간접적인 부분이 효과가 있을 것으로 나타나 이를 적절히 고려한 지원 방안이 모색되어야 할 것임

〈표4-3〉소상공인·전통시장 활성화를 위한 지원제도·정책에 대한 인식

	문항	중요도			효과성 기대				
	正 公	최소값	최대값	평균	표준편차	최소값	최대값	평균	표준편차
1	교육훈련	1.00	5.00	3.50	1.915	1.00	4.00	2.33	1.366
2	창업·경영 컨설팅	5.00	5.00	5.00	0.000	1.00	4.00	2.50	1.378
3	보증지원	5.00	5.00	5.00	0.000	2.00	5.00	3.83	1.169
4	융자지원	5.00	5.00	5.00	0.000	2.00	5.00	3.67	1.211
5	이자보전	5.00	5.00	5.00	0.000	2.00	5.00	3.83	1.169
6	자금지원	5.00	5.00	5.00	0.000	2.00	5.00	4.00	1.265

7	보험료・수수료	5.00	5.00	5.00	0.000	2.00	5.00	4.00	1.265
8	기술개발・사업화	3.00	5.00	4.50	1.000	2.00	5.00	3.83	1.169
9	디자인 브랜드	5.00	5.00	5.00	0.000	2.00	5.00	4.00	1.265
10	유사 업체간 조직화·협업화	3.00	5.00	4.50	1.000	1.00	5.00	3.50	1.517
11	정보화	3.00	5.00	4.50	1.000	2.00	5.00	3.83	1.169
12	지역축제 등	1.00	5.00	3.50	1.732	1.00	5.00	3.33	1.366
13	홍보 프로그램	5.00	5.00	5.00	0.000	2.00	5.00	4.17	1.169
14	공동구매 등 공동마케팅	5.00	5.00	5.00	0.000	1.00	5.00	4.17	1.602
15	지원기관 구축・운영	4.00	5.00	4.75	0.500	2.00	5.00	4.17	1.169
16	시설 인프라 구축지원 (주차장 등)	3.00	5.00	4.50	1.000	2.00	5.00	4.00	1.265
17	환경 개선	3.00	5.00	4.50	1.000	2.00	5.00	4.00	1.265
18	지원을 위한 조사・연구	4.00	5.00	4.75	0.500	1.00	5.00	4.00	1.549
19	지역화폐	5.00	5.00	5.00	0.000	2.00	5.00	4.33	1.211
	전체	4.42	4.84	4.68	0.187	1.89	4.68	3.76	1.008

- 해당 결과를 기반으로 IPA분석(Importance-Performance Analysis)을 실시하였으며, 이를 통해 개별 내용들에 대한 상대적 중요도-만족도 인식을 확인할 수 있었음. 전반적으로 평균값이 높다는 점에서 해당 값들은 개별 제도에 대한 상대적 차이로 이해해야 함
- 상대적으로 지원의 중요도도 높고, 효과성이 높을 것으로 기대하는 제 도(파란색 영역)에는 이자보전, 보험료·수수료, 자금지원, 공동마케팅, 홍보프로그램, 지원기관, 조사연구, 지역화폐가 포함되었음
- 상대적으로 지원의 중요도는 높으나, 효과성이 낮을 것으로 생각하는 제도(주황색 영역)는 컨설팅. 융자지워, 보증지원으로 나타났음
- 상대적으로 지원의 중요도는 낮으나, 효과성은 높을 것으로 기대하는 제도(녹색 영역)는 인프라 구축, 환경개선, 정보화로 나타났음
- 상대적으로 지원의 중요도도 낮고, 효과성이 낮을 것으로 생각하는 제 도(노란색 영역)는 조직·협업화, 지역축제, 교육훈련으로 나타났음



〈그림4-1〉울산시에 필요한 지원제도/정책에 대한 IPA 분석결과

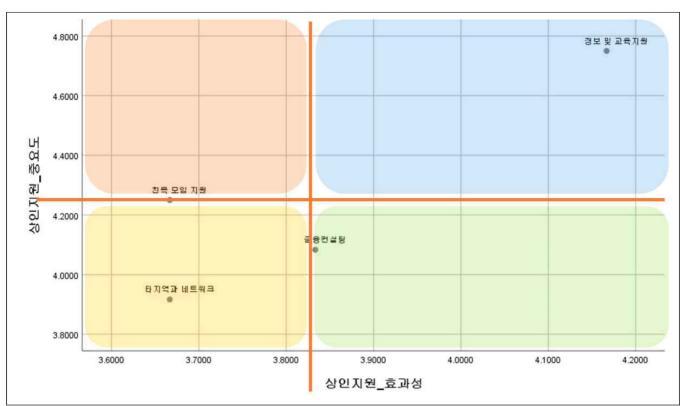
- 울산시 소상공인과 전통시장 활성화를 위해 소상공인과 전통시장 상인 을 위한 지원에 대한 인식을 중요도와 효과성으로 구분하여 확인해보았 음
  - 지원정책에 대한 중요도를 확인해보면, 정보 및 교육지원(5.00)이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 친목 모임 지원(4.25), 노후생애보장을 위한 금융컨설팅(4.00), 타 지역과 네트워크 구축(3.75)의 순서로 나타났음
  - 지원정책에 대한 효과성 기대를 확인해보면, 정보 및 교육지원(4.17)이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 노후생애보장을 위한 금융컨설팅 (3.83), 친목모임지원과 타 지역과 네트워크 구축(각각 3.67)의 순서로 나타났음
  - (정리) 전반적으로 정보 및 교육지원이 높게 나타났는데, 이는 전술한 소상공인·전통시장 활성화를 위한 제도적 지원과는 차이를 보이는 내용이었음. 이는 환경(소상공인과 전통시장)을 중심으로 진행되는 교육보다는 개별 상인에 대한 맞춤형 교육의 필요성을 나타내고 있는

것으로 판단할 수 있음. 또한 친목모임을 중요하게 생각하고 있으나, 효과성은 금융컨설팅이라는 개인적 부분에서 더 나타날 것으로 생각 하고 있었음. 이 결과는 소상공인·전통시장에 대한 지원과 이 안에서 활동하는 상인들에 대한 지원이 구분되어야 할 것을 보여주는 내용임

〈표4-4〉소상공인·전통시장 상인을 위한 지원에 대한 인식

	문항	중요도			효과성 기대				
	工 %	최소값	최대값	평균	표준편차	최소값	최대값	평균	표준편차
1	정보 및 교육지원	5.00	5.00	5.00	0.000	2.00	5.00	4.17	1.329
2	친목 모임 지원	3.00	5.00	4.25	0.957	2.00	5.00	3.67	1.211
3	(노후생애보장)금융컨설팅	3.00	5.00	4.00	1.155	2.00	5.00	3.83	1.329
4	타 지역과 네트워크 구축	1.00	5.00	3.75	1.893	1.00	5.00	3.67	1.751
	전체	3.50	5.00	4.25	0.645	2.00	5.00	3.83	1.291

- 해당 결과를 기반으로 IPA분석(Importance-Performance Analysis)을 실 시하였으며, 이를 통해 개별 내용들에 대한 상대적 중요도-만족도 인 식을 확인할 수 있었음. 전반적으로 평균값이 높다는 점에서 해당 값 들은 개별 제도에 대한 상대적 차이로 이해해야 함
- 상대적으로 중요도도 높고, 효과성이 높을 것으로 기대하는 지원(파란 색 영역)은 정보 및 교육지원이었음
- 상대적으로 중요도는 높으나, 효과성이 낮을 것으로 생각하는 지원(주 황색 영역)은 친목모임지원이었음
- 상대적으로 중요도는 낮으나, 효과성은 높을 것으로 기대하는 지원(녹 색 영역)은 노후생애보장을 위한 금융컨설팅이었음
- 상대적으로 중요도도 낮고, 효과성이 낮을 것으로 생각하는 지원(노란 색 영역)은 타 지역과 네트워크였음



<그림4-2> 소상공인 · 전통시장 상인을 위한 지원에 대한 IPA 분석결과

- 울산시 소상공인과 전통시장 활성화를 위해 소상공인과 전통시장의 역 할에 대한 인식을 중요도와 효과성으로 구분하여 확인해보았음.
  - 역할에 대한 중요도를 확인해보면, 지역문화의 향수 충족(5.00)이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 가격에 대한 믿음, 상품의 질, 접근성, 상인들의 친절(각각 4.75)이 높게 나타났음
  - 역할에 대한 효과성 기대를 확인해보면, 상품의 질(4.67)이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 가격에 대한 믿음과 접근성(각각 4.50)으로 나타 났음
  - (정리) 전반적으로 중요도에 비해 효과성 기대가 낮게 나타나고 있는 공통적인 특성이 확인되고 있음. 이는 소상공인·전통시장 활성화가 쉽게 이루어지지 않을 것으로 상인들이 인식하고 있다는 사실을 보여 주는 결과로 예상됨. 이에 대한 꾸준한 지원이 이루어져야 할 것임과 동시에 실효성있는 지원을 경험할 필요성이 높다는 것을 보여주는 내용임. 또한 단순히 관련 지원의 수혜 대상으로서 기대만 하고 있는 것

이 아니라, 본인들의 역할에 대한 인식 역시 높게 나타나고 있는 것으로 나타나 지원정책이 소상공인·전통시장 관계자들과 함께 이루어져야 효과를 높일 수 있을 것임을 예상할 수 있었음

〈표4-4〉소상공인·전통시장의 역할에 대한 인식

	중요도 문항		효과성 기대						
	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	최소값	최대값	평균	표준편차	최소값	최대값	평균	표준편차
1	저렴한 상품 가격	4.00	5.00	4.50	0.577	2.00	5.00	4.00	1.095
2	상품의 다양성	3.00	5.00	4.00	0.816	3.00	5.00	3.83	0.753
3	가격에 대한 믿음	4.00	5.00	4.75	0.500	3.00	5.00	4.50	0.837
4	상품의 질 우수성	4.00	5.00	4.75	0.500	4.00	5.00	4.67	0.516
5	양호한 접근성	4.00	5.00	4.75	0.500	4.00	5.00	4.50	0.548
6	상인들의 친절(정과 덤)	4.00	5.00	4.75	0.500	2.00	5.00	4.17	1.169
7	단골가게 거래	3.00	5.00	4.50	1.000	3.00	5.00	4.17	0.983
8	흥정의 즐거움	1.00	5.00	3.25	1.708	1.00	5.00	3.33	1.366
9	정보의 교류	4.00	5.00	4.50	0.577	2.00	5.00	4.00	1.095
10	지역문화의 향수 충족	5.00	5.00	5.00	0.000	1.00	5.00	4.17	1.602
11	지역관광지 역할 수행	1.00	5.00	4.00	2.000	1.00	5.00	3.67	1.751
12	역사 및 문화보존	3.00	5.00	4.25	0.957	2.00	5.00	3.83	1.169
13	지역경제 활성화 장소	3.00	5.00	4.50	1.000	2.00	5.00	4.00	1.265
14	지역 커뮤니티 중심 장소	3.00	5.00	4.50	1.000	2.00	5.00	4.00	1.265
15	서민적 정	3.00	5.00	4.50	1.000	2.00	5.00	4.00	1.265
	전체	3.73	5.00	4.43	0.524	2.47	5.00	4.06	0.902

- 해당 결과를 기반으로 IPA분석(Importance-Performance Analysis)을 실시하였으며, 이를 통해 개별 내용들에 대한 상대적 중요도-만족도 인식을 확인할 수 있었음. 전반적으로 평균값이 높다는 점에서 해당 값들은 개별 제도에 대한 상대적 차이로 이해해야 함
- 상대적으로 중요도도 높고, 효과성이 높을 것으로 기대하는 역할(파란

- 색 영역)은 지역문화, 상인들의 친절, 단골가게, 가격신뢰, 접근성, 상 품의 질이었음
- 상대적으로 중요도는 높으나, 효과성이 낮을 것으로 생각하는 역할(주 황색 영역)은 지역커뮤니티, 상품가격, 지역경제 활성화 장소, 정보교 류로 나타났음
- 상대적으로 중요도는 낮으나, 효과성은 높을 것으로 기대하는 역할(녹 색 영역)은 나타나지 않았음
- 상대적으로 중요도도 낮고, 효과성이 낮을 것으로 생각하는 역할(노란 색 영역)은 지역역사문화, 지역관광지, 상품의 다양성, 흥정의 즐거움 이었음



<그림4-3〉소상공인 · 전통시장의 역할에 대한 IPA 분석결과

○ 울산시 소상공인・전통시장 활성화 방안을 위해 <u>현재 활동중인 상인(소</u> <u>상공인・전통시장 상인) 및 전문가를 대상으로 초점집단인터뷰(FGI :</u> Focused Group Interview)를 실시하였음

- FGI 내용은 크게 소상공인·전통시장을 포함한 울산시 경제 전반에 대한 의견과 그 안에서 활동하고 있는 상인들에 대한 의견으로 구분하여 진행하였음
- 먼저 울산시 경제 전반에 대한 의견을 확인해 본 결과는 다음과 같음
  - 울산 지역경제 전반에 대한 평가에 있어서 대부분 참여자들은 어려움을 나타내고 있었으며, 관련한 내용으로 전반적 경제하락, 기업의존이 높은 문제, 지역경제 자체가 낮음, 관련한 지원이 이루어지지 않음 등이 확인되고 있었음
  - 울산 소상공인/전통시장에 대한 의견은 역시 어려움, 부정적인 부분이 지속적으로 확인되고 있었음. 관련한 지원의 부족하며 지원의 방향 및 범위가 제한적으로 진행되고 있다는 평가, 관련한 법제와 지원 자체의 부족, 일회성 지원 등 다양한 부분의 어려움이 동시에 확인되고 있음
  - 울산 소상공인 전통시장 지원제도에 대한 의견을 확인해보면 전술한 내용의 흐름과 유사한 것을 확인할 수 있었음. 기본적으로 관련한 지원제도에 대해서 모름, 홍보 및 낮은 지원수준, 자금지원에 한정되어 있으며, 관련한 진입장벽(조건)이 높다는 문제, 상인회를 통한 일부 사업들에 대한 의견이 확인되고 있었음
  - 울산 소상공인/전통시장을 위해 필요한 사항에 대한 의견을 확인해보면, 물류센터와 유통센터의 필요성이 크게 확인되고 있었으며, 안정적지원과 관리를 위한 전담부서의 신설, 다양한 정보제공의 필요, 관련교육을 지원할 필요, 지역화폐(울산페이) 등 다양한 부분의 지원이 요구되고 있는 것을 확인할 수 있음
  - (정리) 전반적으로 소상공인/전통시장을 포함한 울산시 경제에 대한 부 정적 의견이 그대로 반영되고 있는 것이 확인되고 있음. 하지만 이러 한 문제가 단순히 외부 환경에 대한 인식의 문제로 볼 수는 없는데, 대표적으로 관련한 지원제도가 부실하다는 의견이 높게 나타나고 있었 으며, 일부에서는 아예 지원제도 자체를 모르는 경우도 확인되고 있기

때문임. 하지만 지원이 필요한 영역에 대해서는 다양한 의견들이 나타나고 있는데, 이는 관련한 지원제도에 대한 기대가 높다는 것을 반증하는 자료로 이해될 수 있음. 특히 물류·유통센터의 필요성, 관련한 정보제공 등과 이러한 역할을 안정적으로 수행할 수 있는 전담부서와 전문인력에 대한 욕구가 높게 나타나고 있었음



<그림4-4〉FGI 주요결과\_경제, 소상공인, 전통시장

- 다음으로 울산시 소상공인/전통시장 상인들에 대한 의견을 확인해보았으며 그 결과는 다음과 같음
  - 울산 소상공인/전통시장 상인의 특성에 대한 의견을 확인해보면, 연령 대의 경우 60대가 중심이라고 생각하고 있었으며, 성별은 여성이 많은 것으로, 그리고 현재 소상공인/전통시장 활동에 있어서 많은 어려움을 겪고 있는 것으로 생각하고 있었음. 젊은 세대와의 융합이 어려우며, 치열하게 활동하고 있으나 의욕만 넘치는 경우가 많은 것으로 생각하고 있었음
  - 울산 소상공인/전통시장 상인의 어려움에 대한 구체적 의견을 확인해 보면, 먼저 변화에 대해서 강하게 거부하고 있는 경우 및 경제적 어려 움이 많고, 변화보다는 현실에 안주하는 경우가 많으며, 투자에 인색 한 것으로 생각하고 있었음. 관련한 문제점을 확인하고 이를 해결하기 위한 기본적 조건이 전문인력이나 관련 인력충원 쉽게 이루어지지 못 한 한계도 확인되고 있었음. 또한 소상공인/전통시장 상인들이 적극적 으로 활동하지 못하는 부분에 대해서는 대기업 갑질에 의해 발생하고 있는 것을 확인할 수 있었음
  - 울산 소상공인/전통시장 상인을 위해 무엇이 필요할 것인지에 대한 의견을 확인해보면, 소상공인/전통시장에 대한 전문가, 담당인력이 필요하다는 것을 우선적으로 확인할 수 있음. 이에 대한 의견이 전담부서의 필요성으로 반복적으로 나타나고 있는 것을 확인할 수 있음. 과대경쟁을 방지하고, 인프라를 구축할 필요, 이용자의 접근성을 높일 수있는 방안에 대한 의견도 확인할 수 있었음
  - 마지막으로 관련하여 추가적인 의견을 확인해보면, 전술한 소상공인/ 전통시장에 필요한 사항과 유사하게 물류센터에 대한 필요를 높게 나 타내고 있었음. 또한 이러한 활동이 단순히 관에 의해 일방향적으로 진행되는 것이 아니라, 다양한 상인 및 민간기관들이 참여할 수 있는 민관협력・거버넌스 체계로 진행되어야 할 필요를 나타내고 있었음.
  - (정리) 울산지역의 어려움에 대한 인식은 전술한 내용과 유사하게 나

타나고 있으나, 가장 중요한 전제로 안정적이고 체계적인 지원을 위한 기반으로 담당부서와 관련 전문가의 필요성을 제안하고 있었음. 이는 관련한 다양한 지원을 위한 필수적인 조건으로 판단됨. 또한 물류센터와 같은 시설인프라에 대한 지원 역시 상당한 필요성을 보이고 있는바, 이에 대한 종합적 검토가 요구됨



〈그림4-5〉 FGI 주요결과\_소상공인, 전통시장 상인

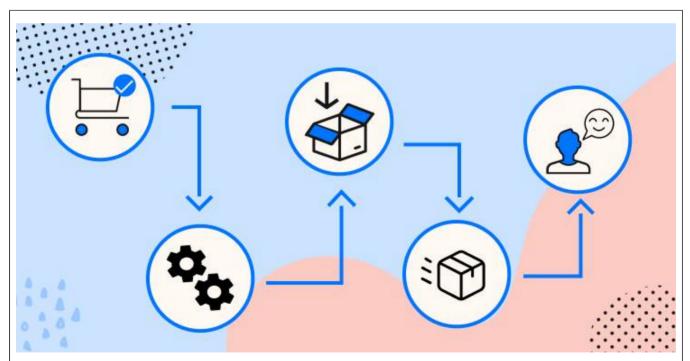
### 2. 울산시 소상공인 · 전통시장 활성화 정책방안

- 소상공인·전통시장 활성화 지원의 전제
  - 본 연구는 시민들과 가장 밀접한 소비체계인 울산지역 소상공인과 전통시장 활성화를 위한 정책방안을 제안하는데 있음. 하지만 소상공인과 전통시장 활성화가 포괄적으로는 지역경제 활성화라는 포괄적 이해에 부합하지만, 두 영역을 동시에 다루는 것은 사실 쉽지 않은 부분임
  - 소상공인과 전통시장은 상점이 위치한 물리적 환경의 차이를 넘어 이용자의 특성, 상품 및 서비스 전달방식, 상인의 인구사회학적 특성, 기존 지원제도와 지원방식 등 다양한 부분에서 차이를 보이는 영역이기때문임
  - 따라서 본 연구에서 제안하는 소상공인·전통시장 활성화 지원정책은 지역경제 활성화, 지역상권 보호 및 활성화라는 가장 기본적인 목적에 부합하는 방식으로 정리될 수 있음

## ○ 기본 조건 : 물리적 환경 개선(시설·인프라 구축)

- 먼저 소상공인·전통시장 활성화를 위한 가장 기본적인 조건으로 물리적 환경개선과 관련한 사항을 정리할 수 있음. 오랜 기간 소상공인·전통시장 활성화를 위한 물리적 환경 개선은 구매와 관련한 보행환경 개선사업, 시장 현대화 개선사업, 주차장 등의 시설인프라와 관련한 부분에 초점화되어 있었음. 이러한 기본적 시설인프라에 대한 지원은 지속적으로 점검되고 지원될 필요가 있으나, 지원의 비교대상을 대형 마트와 백화점으로 선정해서는 안될 것임. 이들이 가진 경영역량과 자본력을 고려해볼 때 이러한 수준의 서비스 및 환경개선은 한계가 있을 수 밖에 없기 때문(한국지방행정연구원, 2013)임. 따라서 이러한 기본적 환경개선에 대한 지원은 지속적으로 유지될 것을 전제로 본 연구에서 제안된 내용을 중심으로 정리하였음

- 가장 직접적으로 제안된 사항으로 안정적인 물품구입 및 관리를 위한 물류센터 설치를 확인할 수 있음
- 울산시 소상공인·전통시장의 경우 대기업 프랜차이즈 및 대형 유통서비스로 인해 지속적으로 이용자가 감소/고령화되고 있는 특성을 보이고 있음. 지역 내 소비와 관련한 대부분이 소비자들의 편의성을 중심으로 한 온라인 유통 서비스로 변화되고 있는 상황에서 무조건적으로 오프라인 접근성을 높이는 방식은 한계를 보일 수 밖에 없음. 따라서변화되는 환경을 고려한 온라인 서비스 지원 기반을 구축할 필요가 높음
- 서울, 김해, 부산동부 중소유통공동물류센터와 (창고와 배송을 결합한 관리운영이 가능한) 풀필먼트(fullfillment) 형식의 물류센터가 이미 운 영되고 있는 바, 이를 참조하여 울산 소상공인·전통시장이 공동으로 운영가능한 물류센터 설치를 검토해야 할 것임



※ 풀필먼트 : 단순히 선택된 물건을 배송하는 것을 넘어서, 물류 전문업체가 판매자의 위탁을 받아 해당 상품이 고객에게 배달될 때까지 고객의 전 주문 처리과정을 대행해주는 서비스를 의미함

〈그림4-6〉 풀필먼트에 대한 도식

- 정부 역시 2022년 8월 대통령 주재 6차 비상경제민생회의에서 '새 정부 소상공인·자영업 정책 방향'을 발표하면서 소상공인에게 앱을 통해 유용한 창업·경영정보를 제공하고, 전통시장에는 배송 인프라 구축을 지원하겠다고 밝힌 바 있음
- 중소벤처기업부 행정규칙 「중소유통공동도매물류센터 건립·운영요 령」에 따라 센터의 건립에 소용되는 경비 및 센터의 운영에 필요한 경비에 대해 지방보조금·민자부담금으로 구성될 수 있음을 제안하고 있는 바, 적극적으로 검토되어야 할 사항임

## ○ 지원 구조 : 전담부서 및 중간지원조직

- 울산시는 현재 기업지원과에서 소상공인과 전통시장 활성화를 담당하고 있으며, 관련한 지원기관으로서 소상공인 행복드림센터와 소상공인 시장진흥공단에서 부산울산경남지역본부 내 '울산남부센터(7명)'와 '울산북부센터(5명)'에서 관련 소상공인 및 전통시장을 위한 사업을 수행하고 있음(울산신용보증재단과 같이 간접적인 지원을 제공하는 기관도 존재함)
- 하지만 본 연구에 참여한 울산지역 소상공인·전통시장 상인의 경우 대부분이 관련 지원사업에 대한 인식을 가지고 있지 못한 것으로 확인되었음. 이에 대한 원인은 먼저 실질적인 지원효과를 발생시키기에 부족한 인적·재정적 기반으로 볼 수 있으며, 다음으로는 개별 기관간 분절적으로 지원되는 사업의 수행방식을 들 수 있음
- 따라서 <u>소상공인과 전통시장에 대한 지원관리를 담당하는 전담부서를</u> <u>확충하는 동시에 소상공인·전통시장과 직접적인 교류를 수행할 수</u> 있도록 하는 협의체 구성이 요구됨
- 동시에 이러한 사업이 체계적으로 진행될 수 있도록 하기 위해 소상공 인·전통시장에 대한 실태조사와 기본계획 수립이 요구됨(전담부서의 역할)
- 성남의 경우 상권활성화재단을 설립·운영토록 하고 있으며, 내부에

관련한 이해관계자들이 참여가능한 협의회를 구성토록 하고 있음.

- 동시에 소상공인과 전통시장 상인을 지원할 수 있는 중간지원조직의 역할을 고려할 수 있음(가칭 울산시 소상공인·전통시장 지원센터)
- 전술한 「부산광역시 소상공인 지원에 관한 조례」에 따르면 소상공인 종합지원센터를 둘 수 있도록 하고 있으며, 이를 통해 소상공인에 대한 지원 및 보호사업 등을 효율적·체계적으로 수행할 것을 제안하고 있음

## ○ 지역 내 소비활성화 기반 강화 : 온누리상품권, 지역화폐 등

- 소상공인·전통시장 활성화와 관련한 가장 중요한 외부환경의 변화요 인은 (온라인 소비를 포함한) 대기업 프랜차이즈 및 백화점으로 볼 수 있음. 대기업 프랜차이즈 및 백화점 등의 소비처는 울산 지역에서 소 비한 비용을 울산지역 외부로 유출시키는 역할을 수행하게 되어, 의도 치 않았더라도 지역 내 소비력을 감소시키게 됨
- 이에 전국적으로 사용되고 있는 온누리상품권과 울산시에서 사용할 수 있는 지역화폐(울산페이)를 들 수 있음. 온누리상품권의 경우 안정적인 사용수단으로서 전국적으로 사용되고 있으나, 지역화폐에 대한 중앙정부의 예산이 줄어든 것과 함께 울산페이의 사용이 높아지지 않았던 한계가 확인되었음(관련 전문가 FGI 등)
- 지역화폐의 경우 지역의 소비력을 최소한의 수준(1차 소비)이지만 외부로 유출시키지 않는 긍정적 역할과 효과가 확인된 바, 이에 대한 안정적 기반을 구축할 필요가 있음. 특히 지역화폐의 경우 재정기반이취약한 한계가 확인되고 있으나, 부산의 경우 지역재투자 조례와 지역화폐 관련 조례에서 앵커기관의 역할을 통해 안정적 재정기반을 구축하기 위한 방안을 제안하고 있는 바, 울산에서도 이를 적극적으로 검토할 필요가 높음

- 맞춤형 지원 기반 구축 : 소상공인 공제회 지원 및 복지기금
  - 소상공인과 전통시장 상인의 경우 자영업자로 분류되어 다양한 공제 및 복지제도에서 소외되어 있는 경우가 많이 발생하였음. 특히 상인회를 중심으로 한 조직화가 되어있는 전통시장에 비해 소상공인의 경우이와 관련한 한계가 더욱 크게 나타나고 있음
  - 정부는 소기업·소상공인의 사회안정망을 갖추기 위한 노력으로서 '노란우산공제'의 가입자를 늘리고, 공제의 복지혜택을 확대하고자하고 있음. 서울시의 경우 '노란우산공제' 납입금을 1년간 지원하는 방식으로 소상공인에게 해당 사업에 대한 인식을 높이고 있는 바, 이러한 방식과 같이 소상공인의 관심과 참여를 높일 방안을 모색해야할 것임
  - 정부의 소상공인 공제회와 별개로 울산시만의 특성을 반영한 '울산시 소상공인·전통시장 상인 지원을 위한 복지기금'을 고려할 수 있을 것임
  - 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」에서는 제19조(소상공인시장진 흥기금의 설치)를 통해 기금을 설치하도록 하고 있으며, 이를 통해 기금 및 관련 업무를 전술한 소상공인시장진흥공단에 위탁하는 것으로 밝히고 있음
  - 하지만 해당 기금의 경우 전국적 필요에 의해 사용되는 기준이나 내용으로 제안되어 있어, 울산에 필요한 내용들에 대해 적시적소에 사용하는 것이 용이하지 않음. 특히 해당 기금은 직접적으로 소상공인 및 전통시장 상인에 대한 지원을 제공하기에 한계가 있는 바, 이들의 삶의질 향상, 복지제도 지원을 위한 기반으로서 기금 설치를 고려할 수 있을 것임
  - 약간 다른 의미이지만, 청년정책의 일환으로 '우리 동네 상인을 위한 새출발 기금'이라는 사업이 수행된 바 있음. 이는 기금 구축의 목적과 청년이라는 대상의 특성에서 차이가 있을 수 있으나, 중요한 전제의 하나는 지역사회 내 (소상공인·전통시장) 상인에 대한 지원의 필

요와 중요성을 인식하고 있다는 것을 보여준다는 점에서 의미가 있음

- 따라서 '(가칭) 울산시 소상공인·전통시장 상인을 위한 복지기금' 구축을 검토할 수 있을 것임
- 상대적으로 상당한 기간과 노력이 필요한 기금 신설이 어려운 상황에 서, 우선적으로 보건복지부에서 2022년 7월부터 시범적으로 시행하고 있는 상병수당(직장인·자영업자)의 우선적 적용을 고려할 수 있음
- 상병수당은 업무와 관련없는 부상·질병으로 경제활동이 어려운 경우 치료에 집중할 수 있도록 소득을 보전하는 제도임
- 울산시의 소상공인·전통시장 상인의 경우 영세한 경우가 많으며 대체 인력이 부족하여 예기치 못한 상병을 경험할 경우 소득을 대체할 수 있는 적절한 방안이 확보되어 있지 못함
- 현재 중앙정부에서 제안하고 있는 상병수당 지원 대상은 6개 시범사업 지역(서울 종로구, 경기 부천시, 충남 천안시, 경북 포항시, 경남 창원시, 전남 순천시)에 거주하는 대한민국 국민 중 만 15세 이상부터 만65세 미만의 취업자로, 임금근로자뿐만 아니라 자영업자 또는 고용보험에 가입되어 있는 예술인, 특수고용직 노동자, 플랫폼 노동자, 일용근로자와 같은 비전형 근로자도 포함되도록 설계되어있음
- 이러한 제도를 참조하여 울산광역시 소상공인·전통시장 상인을 위한 상병수당 도입을 고려할 수 있을 것임

## 3. 정책방안에 따른 조례 내용 검토

- 본 연구에서 제안한 내용을 수행하기 위한 조례 내용을 검토하면 다음 과 같음
  - 본 연구에서는 「경기도시장상권진흥원 설립 및 운영조례」, 「성남시 상권활성화재단 설립 및 운영에 관한 조례」, 「부산광역시 소상공인

지원에 관한 조례 전부개정조례안」을 참조하였으며, 해당 내용은 본 연구의 별첨자료로 첨부하였음

- 이에 본 연구에서는 조례에 포함되어야 할 주요 내용을 중심으로 간단 히 정리하였음
- 소상공인·전통시장 지원계획 수립(부산시 조례 참조)
  - 소상공인 및 전통시장 지원을 위한 중장기적 계획을 3년단위로 수립· 시행하도록 함
  - 관련 부서는 해당 계획을 기반으로 연차별 시행계획을 수립, 결과를 보고해야 함
  - 지원계획에 포함되어야 하는 내용은 다음과 같음
- 1. 소상공인 지원정책의 기본방향
- 2. 소상공인 업종별 현황 및 경영 여건에 관한 사항
- 3. 소상공인의 성장지원 및 시설개선에 관한 사항
- 4. 소상공인의 공동화, 협업화 및 밀집지역 활성화 등 상권 활성화 지원에 관한 사항
- 5. 소상공인의 안정적 영업환경 조성에 관한 사항
- 6. 소상공인의 사회안전망 확충 지원에 관한 사항
- 7. 그 밖에 소상공인의 보호 및 성장을 지원하기 위하여 필요한 사항
- ③ 시장은 지원계획에 따라 해마다 시행계획을 수립·시행하여야 한다.
  - 지원계획 수립을 위한 실태조사는 별도로 수행하도록 함
  - 소상공인·전통시장 상인을 위한 보호/지원사업(부산시 조례 참조)
    - 소상공인 및 전통시장 상인을 위한 사회안전망 확충 및 삶의 질 증진을 위해 해당 사업을 수행할 수 있도록 함

#### (보호사업)

- 1. 소상공인의 복지 수준 향상에 필요한 지원
- 2. 폐업 및 재기에 대한 지원
- 3. 소상공인 대상 공제사업 지원

- 4. 「재난 및 안전관리 기본법」제3조제1호에 따른 재난 피해에 대한 지원
- 5. 경영안정을 위한 신용보증 지원
- 6. 고용보험료 등의 지원
- 7. 그 밖에 소상공인의 보호를 위하여 시장이 필요하다고 인정하는 사업

#### (지원사업)

- 1. 상담·자문·교육 및 정보제공 등을 통한 창업과 성장 지원
- 2. 거래방식의 현대화와 유통기업과의 협동화 등 판로확보 지원
- 3. 거래 및 영업활동의 디지털화, 혁신적 상품개발·판매 및 지속적인 사업장 운영 등의 지원
- 4. 소상공인의 조직화 및 협업화 지원
- 5. 소상공인 사업장 밀집지역의 시설, 장비, 서비스 등 공동사업 지원
- 6. 그 밖에 소상공인의 경쟁력 강화를 위하여 필요하다고 시장이 인정하는 사업
  - 소상공인·전통시장 상인 지원을 위한 중간조직 설립·운영(경기/성남/ 부산)
    - 「경기도시장상권진흥원 설립 및 운영 조례 |
    - 「성남시 상권활성화재단 설립 및 운영에 관한 조례」
    - 「부산광역시 소상공인 지원에 관한 조례 」 제9조(소상공인종합지원 센터)
    - 소상공인·전통시장 지원을 위한 중간조직 형태를 특정짓는 것보다는 향후 다양한 시민사회 및 관계 전문가와의 토론을 통해 울산지역에 적합한 중간지원조직의 형태와 역할을 합의 및 만들어가는 과정을 거칠 필요가 높음
  - 온누리상품권 및 지역화폐 조례
    - 온누리상품권은 전국적 사용처를 가지는 바, 중복되는 별도의 조례를 제정할 필요가 없었던 것으로 판단됨
    - 지역화폐는 「울산사랑상품권 발행 및 운영 조례」에 관련한 내용이

포함되어 있으나, 울산에서 지역화폐를 어떠한 방식으로 어떻게 사용되어야 할 것인지에 대한 전반적 계획이 마련되어 있지 않은채 시작되어 지역경제활성화 효과가 제한적일 수 밖에 없었음

- 이에 현재 조례에서 소상공인 및 전통시장 지원 및 사용과 관련한 부분을 (전문적으로) 검토·반영할 수 있도록 해야 할 것임

### ○ 울산시 소상공인·전통시장 지원을 위한 기금

- 기금의 경우 목적과 지원대상 및 수준(지원금액 및 출연금액 포함), 사업추진 체계(지원을 위한 심사위원회 등) 등 직접적인 운영과 관련한 부분을 포함하여, 기금에 대한 사회적 합의가 고려되어야 할 부분임
- 법률 「지방자치단체 기금관리기본법」을 따르되, 「울산광역시 지역 개발기금 조례」를 참조할 수 있음
- 상병수당은 「서울특별시 서울형 유급병가지원에 관한 조례」를 참조할 수 있으나, 대상과 도입·전달방식 등의 특성이 반영될 수 있는 바현재 시범적으로 사업을 수행하고 있는 6개 지역을 참조하는 것이 필요할 것임

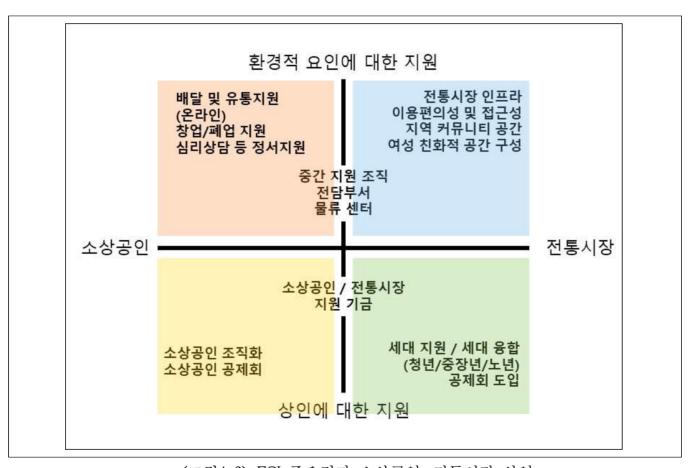
## 4. 울산시 소상공인 · 전통시장 활성화 정책방안에 대한 제언

- 전술한 내용처럼 본 연구는 울산시 소상공인·전통시장 활성화를 위한 통합적 지원방안을 제언하는데 목적을 가짐
  - 소상공인과 전통시장은 (소비처로서) 지역경제 활성화를 위한 가장 기본적 조건이라는 점에서 공통된 중요성을 가지지만, 두 대상을 완전히 동일한 것으로 이해하고 지원정책을 단일화시키는 것은 한계가 있을 수 있음
  - 따라서 소상공인과 전통시장 활성화를 위해 공통된 지원방안을 모색하는 것과 함께 개별적인 지원방안을 모색하는 것 역시 지속적으로 진행

되어야 할 사항임

- 본 연구의 목적과 일치하지 않는 바, 간단히 예상해보면 소상공인의 환경적 요인은 조직화가 어려우며, 지역 브랜드와 결합시키기 어려운 소규모 영세 업체의 특성을 예상할 수 있을 것임. 전통시장의 환경적 요인은 전통시장에 대한 부정적 인식(고령화, 노후화, 명확하지 않은 가격, 낮은 상품의 질 등)과 관련한 특성을 예상할 수 있음. 이러한 한 계를 보완하기 위한 개별적 정책 개발 노력이 지속되어야 한다는 것임
- 다음으로 본 연구에서도 다루어진 방식처럼 소상공인·전통시장과 관 런한 환경적 요인(물리적·행재정적 특성)에 대한 지원과 그 안에서 활동하는 상인들에 대한 지원을 구분해야 할 것임
- 소상공인과 전통시장에 대한 지원과 관련한 기존의 연구들은 대부분 물리적 환경(인프라 구축을 포함한 도시재생 등), 경제적 요인 및 지원 방안을 포함하여 이와 관련한 행재정적 지원 방안을 중심으로 논의되 는 경향을 보이고 있음. 이를 통해 일정정도 수준의 양적 지원방안을 모색할 수 있었다는 점에서 긍정적으로 볼 수 있으나(이용자 편의성을 중심으로 한 지원방안으로 맞춰지게 됨), 소상공인과 전통시장을 실제 로 운영하는 상인들에 대한 지원은 (서비스에 맞춰진) 교육에 맞춰져 이들의 삶의 질에 대한 관심을 가지지 않은 한계가 확인됨
- 소상공인과 전통시장이 대기업 프랜차이즈 및 백화점과 다르게 이해되는 부분은 제공되는 서비스의 질과 방식보다, 지역주민과 함께 하는 관계성 및 정(情)으로 표현되는 감정적 교류에 있는 것으로 나타나고 있음(한국지방행정연구원, 2013)
- 따라서 소상공인과 전통시장 상인에 대한 지원은 단순히 어려운 사람을 지원하는 것이 아니라, 지역경제 활성화 및 지역 관계성을 높이기 위한 수단 및 목적으로서 이해되어야 할 것임. 최종적으로 울산시민들이 시장을 이용하게 만드는 장치는 인프라보다 인간(주민)이라는 점을 인식해야 함

- 이에 울산시 소상공인·전통시장 상인 지원을 위한 구조를 소상공인 지원과 전통시장 지원으로 구분하고, 상인에 대한 지원과 환경적 요인에 대한 지원으로 구분하는 2-2 지원방식을 제안할 수 있으며 이는 다음 그림으로 나타낼 수 있음
  - 이러한 구분은 <u>소상공인과 전통시장을 포괄하는 지원(본 연구의 결과)</u> 이 전제된 상황에서 의미를 가질 수 있는 것으로 이해해야 할 것임



〈그림4-6〉 FGI 주요결과\_소상공인, 전통시장 상인

## 1. 울산시 소상공인 · 전통시장 활성화의 필요성

- 소상공인・전통시장은 오랜기간 지역주민들의 가장 직접적인 소비처로서 중 요한 역할을 수행하고 있었음. 하지만 기존 이용자들의 인구사회적 조건의 변화(고령화, 1인가구 증가 등), 온라인 소비를 대표로 대기업 프랜차이즈와 백화점, 대형마트와 같은 새로운 소비방식의 등장과 같은 급격한 변화 속에 서 많은 어려움을 경험하고 있음
  - 하지만 이와같은 변화에 적절히 대응하기 위한 지원이 거의 이루어지지 못한 아쉬움이 확인되는 지역이 울산이었음
  - 많은 변화 속에서도 여전히 울산주민들에게 가장 중요한 소비처로서 역할을 수행함과 동시에 소상공인·전통시장에서 사용하는 비용은 지역 내내발적 성장에 사용되는 근간이 될 수 있다는 점에서 중요하게 인식되어야 할 사항임(온라인, 대기업 프랜차이즈, 백화점, 대형마트의 대부분은 지역민들이 소비한 비용이 수도권 지역의 본사로 이전되는 현상을 보여, 지역경제의 황폐화를 발생시킬 위험이 높음)
- 2018년을 기점으로 울산지역 자영업자는 꾸준히 증가하고 있으나, 타 도시에 비해 영세자영업자의 비율이 높아 안정적인 소비처로서의 역할, 안정적인 경제활동을 위한 일자리 공급처로서의 역할에서 모두 위험성을 보이고 있음
  - 기존 울산의 경제활동이 대기업, 지역소재 중화학 공업 등을 중심으로 진행되어 왔으나, 관련 산업이 대내외적 환경변화에 따라 위험요인이 커 지는 상황이며, 이러한 상황에서 지역경제 즉 자영업자를 중심으로 한 민생경제의 중요성이 더욱 높아지고 있는 상황으로 볼 수 있음

### 2. 울산시 소상공인 · 전통시장 활성화를 위한 법률 · 제도적 지원 노력

- 소상공인과 전통시장 활성화가 지역 경제 활성화를 위한 가장 기본적 조건 이라는 인식은 '우리 사회에서 법률/제도가 사회구성원들의 삶을 위한 가 장 기본적 약속'이라는 일반적 이해와 온전히 일치하는 것임
  - 울산은 다른 지역에 비해 지역경제와 관련한 법률·제도적 지원과 보완 이 충분하게 이루어졌다고 보기 어려움
  - 관련한 중요성을 인지하여 다양한 내용을 포함하는 입법 노력이 요구된 다고 볼 수 있음
- 하지만 이러한 법률・제도적 변화가 단순히 입법권을 가진 의회나 집행부 (울산시)의 일방향적 노력으로 진행될 수 있는 것은 아님. 지역경제와 가장 직접적인 이해관계자인 소상공인・전통시장 상인을 포함하여, 관련 전문가 의 참여가 요구되며, 가장 중요한 조건으로 울산시민들의 참여가 요구됨
  - 이를 위한 폭넓은 거버넌스 구축과 운영이 필수적임

## 3. 울산시 소상공인 · 전통시장 활성화를 위한 행재정적 지원 노력

- 본 연구를 통해 울산시 소상공인·전통시장이 경험하고 있는 다양한 어려움 (지역경제의 어려움, 상인들의 고령화 및 변화에 대한 수용력이 떨어지는 부분, 한정적인 지원정책 등)을 확인할 수 있었음
  - 확인된 문제들이 모두 개별적으로 중요한 의미를 가지지만, 더욱 중요하 게 확인된 사항은 소상공인·전통시장 상인들이 제안된 지원제도의 효과 성이 낮을 것으로 인식하고 있다는 것임. 이는 상인들이 가지고 있는 무 력감을 보여주는 내용임
  - 소상공인·전통시장의 변화가 무조건적인 지원을 통해 이루어지는 것이 아니라, 울산시를 포함한 관의 행재정적 지원, 상인과 주민들의 참여를

통해 이루어질 수 있다는 점에서 이는 심각하게 확인해야 할 사항임

- 즉 관의 행재정적인 지원이 부분적・일시적으로 진행되는 것이 아니라, 명확한 목적과 방향을 가지고 진행되어야 할 것이며, 해당 과정에서 소 상공인・전통시장 상인 및 관계자들이 무력감에서 벗어날 수 있는 경험 을 할 수 있도록 지속적으로 시도되어야 할 것임
- 해외 및 국내의 다양한 사례를 통해 지역 상권 및 전통시장의 시설인프라가 단순히 짓는 것이 아니라, 지역의 특성 및 지역주민 공동체와의 결합이 중요하며, 때로는 새로운 공급체계와의 연계까지 시도하면서 활성화되고 있는 것을 확인할 수 있었음. 이는 필수적인 시설인프라에 대한 재정적 지원, 또한 이러한 변화가 안정적이고 체계적으로 진행될 수 있도록 하기 위한 전담부서 및 중간지원조직, 협의체 등의 역할을 키울 수 있도록 하기 위한 거버년스 체계 구축과 같은 행정적 변화 노력이 요구되는 사항임
  - 특별한 어떤 한 방법을 통한 소상공인·전통시장 활성화를 시도하려는 인식보다는 다양한 이해관계자들과 함께 천천히 꾸준히 진행되는 과정 이 경험되어야 하는 것이며, 이를 위한 행재정적 지원은 가장 기본적인 조건이자 전제로 볼 수 있음
- 중앙정부 지원사업과 연계된 사업들도 다양하게 시도될 필요가 있음. 울산 시 자체 예산으로 모든 사업들을 진행하고, 다양한 기획·시범사업까지 수 행할 수 있다면 가장 좋은 모형이 이루어질 수 있을 것으로 기대할 수 있 겠으나, 현실적으로 중앙정부에서 추진하는 사업과 완전히 별개의 사업을 어느정도로 수행할 수 있겠는가에 대해서는 의문을 가질 수 밖에 없음
  - 본 연구에서 제안한 소상공인 공제회, 지역화폐, 상병수당은 모두 현재 중앙정부에서 관련 사업을 시범적으로 진행하고 있는 사업들임. 하지만 공제회와 상병수당은 시범사업에 참여하고 있지 않으며, 지역화폐의 경 우 충분한 내부 준비나 검토가 이루어지지 않은 채 진행되어 다른 지역 에 비해 긍정적 효과를 충분히 발생시키지 못한 것으로 평가되고 있음

(외부 전문가 평가)

- 따라서 중앙정부 지원사업을 울산시에서만 검토 준비하는 것이 아니라, 다양한 형태의 민간 전문가들이 참여할 수 있는 T/F를 구성하여 울산에 필요한 사업의 경우 적극적으로 참여할 필요가 높음

### 4. 울산시 소상공인 · 전통시장 활성화를 위한 자체적인 노력

- 전술한 내용처럼 소상공인·전통시장의 변화는 행정적 변화 노력으로만 이루어질 수 없는 것임. 소상공인과 전통시장 상인 및 다양한 이해관계자들이함께 노력해야 이루어질 수 있는 사항임
  - 물론 이러한 전제는 현재 소상공인·전통시장 상인들이 가지고 있는 무력감에서 벗어날 수 있도록 하기 위한 수준의 행재정적 노력이 진행되어야 할 사항임
- 본 연구에 참여한 상인과 전문가들은 울산지역 상권의 노쇠화, 상인들의 고 령화, 다양한 참여기회의 부족과 전문성없이 진행되는 사업들에 대한 아쉬 움 등을 제안하고 있었음
  - 이에 소상공인·전통시장 상인을 포함한 다양한 주체들의 인식개선을 위한 교육과 홍보활동이 필수적이며, 동시에 소상공인·전통시장 상인들이다양한 형태로 조직될 수 있도록 지원하여 적극적인 변화노력에 참여할수 있도록 해야 할 것임

## 5. 지역경제 활성화 차원에서 접근하는 소상공인 · 전통시장 활성화

○ 본 연구는 소상공인·전통시장의 활성화를 위한 정책적 접근방안을 제안하 기 위한 목적으로 진행되었으나, 이러한 목적은 단순히 소상공인과 전통시 장 상인을 지원하기 위한 방안을 제안하는 것이 아님. 이들에 대한 지원이 울산시 지역경제 활성화를 위한 가장 기본적 조건이라는 인식에서 시작된 것으로 이해해야 할 것임

○ 따라서 본 연구에서 제안된 사항을 진행함에 있어서 단순히 사업/과업 수행의 목적으로 진행하는 것이 아니라, 울산시민 모두가 울산 지역경제 활성화에 대한 관심을 가질 수 있도록 적극적으로 홍보하면서 진행되어야 할 것임 - 지역경제 활성화는 특정인을 위한 것이 아니라 울산시민 전체를 위한 것임을 꾸준히 전달해야 할 것이며, 이러한 내용이 시민들에게 인식될 때지원의 효과 역시 발생할 수 있을 것임

### 참고문헌

- 금재호, 2012, "자영업 노동시장의 변화와 특징", 한국노동연구원, pp. 57~75
- 김도형, 2013, 「지역활성화를 위한 전통시장 육성방안」, 한국지방행정연구원, 2013.12
- 김선협, 2020, "소상공인기본법 제정의 의의와 향후 입법론적 과제", 『사법(JURIS)』, Vol.1, No.51, pp. 433-468
- 김의준, 2000, "지역경제 활성화를 위한 정책방향", 「충북리포트」, 7(3), pp.21-28
- 김용재, 심영섭, 송수혁, 2022, "부산울산지역 자영업 주요 특징과 코로나19 이후 동향", 『조사연구보고서』, 한국은행 울산본부
- 김재익, 2011, "가구특성에 따른 주거입지 및 주거이동의향에 관한 연구: 울산광역시 사례연구", 『주택연구』, 제19권, 제1호, pp.97-115
- 김현중, 송지은, 정일훈, 2922, "인구감소가 전통시장 축소에 미칠 영향 예측-전라남도를 사례로", 『한국도시설계학회지』, 제23권, 제4호, pp.77-92
- 동남지방통계청 울산사무소, 2018, 「통계로 본 울산광역시 제조업 현황」
- 방상수, 2021, "누가 자영업자인가?-진정 자영업자의 징표인 가격·고객 선택관에 대하여", 『노동법학』, 제78호
- 방미현·이영민, 2022, "소상공인 연구 동향 분석", 『한국콘텐츠학회논문지』22, Vol. 22, No. 7, pp 73-80
- 박성희, 2016, "소상공인의 성격특성이 사업성과에 미치는 영향", 『한국경영교육학회 춘계학 술대회논문집』, pp. 71-83
- 박정미, 오상엽, 2021, "KB자영업 보고서: 수도권 소상공인의 코로나19 영향조사", 『kb연구 보고서』, kb금융경영연구소
- 박화석, 2011, "서울시 자영업: 특성과 정책적 지원방향", 2011. 『SDI정책리포트』 제82호, 서울시정개발연구워
- 서울시, 2019, 소상공인 이야기
- 신기동 외, 2016, "경기도 소상공인 지원정책 개선방안 연구", 『정책연구 2016-106』
- 심영섭·송수역, 2022, '부산·울산지역 자영업 주요특징과 코로나19 이후 동향', 한국은행 울산본부
- 소상공인시장진흥공단, 2022, 「2021년 전통시장・상점가 및 점포경영 실태조사 결과보고서」
- 오상락, 1990. 「마케팅워론」, 박영사
- 유병국·박진용·임진, 2021, "인천광역시 골목형 상점가 육성 및 효율적 지원방안 연구", 인

천광역시의회

- 이상준, 이정수, 2013, "지방중소도시 전통시장 유형분류 및 특성에 관한 연구-충청남도 전통 시장을 중심으"로, 『대한건축학회연합논문집』, Vol.15, No.3, 통권57호, pp.21-28
- 이윤명 2021, "현대인들에게 지각된 전통적 소매공간의 문화사회적 의미-서울시 전통시장 방문 기록을 대상으로 한 정성적 내용분석",『서울도시연구』,22권,1호,pp.109-129
- 이주영, 2013, 「울산광역시 1인가구 주거실태분석을 통한 1인가구 주택정책방안 연구」, 울산 발전연구원
- 임형백. 2021. "경제개발과 지역개발을 위한 인식론적·방법론적 전환", 「지역정책연구」, 32(3): 163-185.
- 정갑수·설병문, 2016, "소상공인지원제도가 경남지역 소상공인 경영성과에 미치는 영향", 『벤처창업연구』, 제11권 제2호, pp. 221-232
- 채수홍·구혜경 2015, "전통시장의 쇠락과정, 대응양상, 그리고 미래: 전주 남부시장의 민족지적 사례", 『비교문화연구』, 21권, 1호, pp.87-131.
- 황진호, 2013, 「울산 자영업 현황과 지원정책 방향」, 울산발전연구원
- 홍인옥, 2012, "특화거리조성사업의 성과와 과제 : 종로노점거리를 중심으로", 서울연구원

NEW경제용어사전(4th edition), 2006, 미래와경영

울산광역시 누리집, https://www.ulsan.go.kr/

통계청 국가통계포털, https://kosis.kr/

한경용어사전, 경제용어사전 https://dic.hankyung.com/

- Hwang, S. Y. 2007, *The Impact of Social Support for Small Businesses on Self-Efficacy : focused on small business in Incheon province,* Master's dissertation, Inha University.
- Belshaw, C.S. 1965, Traditional Exchange and Modern Markets, Prentice Hall.
- Bromley, R.J., Symanski, R. and Good, C.M., 1975, "The rationale of periodic markets", Annals of the Association of American Geographers, 65(4).
- J.W.Carland et al., 1984, Differentiating Entrepreneurs from small Business Owners: *A Conceptualization, the Academy of Management Review, Vol..9, No. 2.(Apr.,1984)* pp.354–359
- Smith, N. 1984, *Uneven Development: Nature, Capital, and the Production od Space*, Georgia: The University of Georgia Press.

별첨 1. 관련 조례

별첨 2. 설문지 및 FGI 조사표