

경기침체·식물국화에 치이는 중소기업

생존위해 '버티기' 전략 86% 투자확대 계획 無

중기중앙회, 기업 60% '내실경영' 집중
하반기 전망 51% '악화', 11% '호전'
애로요인 43% '내수부진' 1위 꼽아

중소기업들이 생존을 위해 '버티기'에 들어갔다.

지속적인 경기 침체, 미·중 무역전쟁, 최저임금 인상 등에 따른 비용 증가로 인해 공격적인 경영보다는 내실에 집중기로 하면서다. 특히 중소기업 10곳 중 9곳은 하반기에 투자확대나 신사업 진출 계획이 없는 것으로 나타났다.

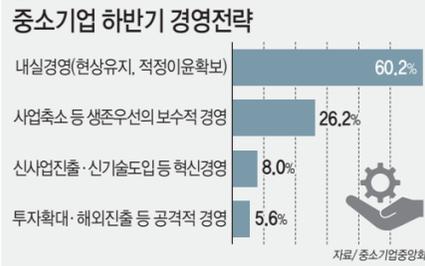
중소기업중앙회가 이달 3일부터 10일까지 중소기업 500곳을 대상으로 실시한 '중소기업 경영애로 및 하반기 경영전략 조사' 결과에 따르면 하반기에 적정이윤 확보 등 '내실경영'에 집중하겠다는 답변이 60.2%로 가장 많았다.

이와 함께 사업 축소 등 생존을 위해 '보수적 경영'을 하겠다는 곳도 26.2%에 달했다.

반면 투자확대·해외진출 등 '공격적 경영'은 5.6%, 신사업·신기술 도입 등 '혁신경영'은 8%에 그쳤다. 응답 중소기업의 86.4%가 하반기에 내실을 다지고 보수적으로 경영하겠다고 마음 먹은 것이다.

하반기 전반적인 경영전망에 대해선 23.4%가 '매우악화', 27.8%가 '다소 악화' 등으로 절반 가량이 '악화될 것'이라고 내다봤다. '보통'은 37.8%였다. '호전'(다소 호전 10.2%+매우 호전 0.8%)은 11%에 그쳤다.

부문의 하반기 경기전망으로는 매출(악화 49.2% vs 개선 13.8%), 영업이익(악화 48.8% vs 개선 12.6%), 자금(악화 45.8% vs 개선 10.6%), 인력(악화 29.6% vs 개선 7.8%), 설비



투자(악화 23.5% vs 개선 3.5%), 기술개발(악화 21.6% vs 개선 4.9%)에서 모두 '악화'가 '개선'보다 절대적으로 우세했다. 나머지는 '보통'이었다.

하반기 예상하는 주요 애로요인으로는 42.9%가 '내수부진(경기침체)'을 1순위로 꼽았다. 다음으로는 '인건비 상승'(14.4%), '업체간 과다경쟁'(12.8%), '매출 감소'(11.6%)가 차지했다. 상반기의 경우엔 내수부진→매출감소→과다경쟁→인건비 상승 순이었다.

범위를 좀더 넓혀 향후 우려하는 주요 위험 가운데는 '최저임금 급등'에 대한 위험도가 51.6%로 가장 높았다. '근로시간 단축'에 대해서도 38.4%가 위험하다고 답해 노동 문제가 하반기를 포함해 향후 중소기업들에 가장 큰 위험요인이 될 전망이다.

'환율 불안정'(27.2%), '화평법·화관법 등 환경규제'(24.2%) 등도 위험도가 비교적 높았다.

김기문 중기중앙회장은 "경영 부진이 지속되다보니 많은 중소기업에서 미래를 위한 투자를 주저하고 있다"면서 "중소기업이 경제심리를 회복하고 투자와 일자리창출에 나설 수 있도록 적극적인 경기부양대책이 마련돼야 할 것"이라고 강조했다. /김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr



전국의 지역 슈퍼마켓협동조합은 24일 서울 여의도 중소기업중앙회에서 '유통산업발전법 개정안 처리 촉구'를 위한 긴급 기자회견을 열었다. 한국슈퍼마켓협동조합연합회 임원배 회장(왼쪽 네번째)이 입장을 밝히고 있다. /슈퍼마켓조합연합회

꼼수 출점·잠자는 법안 슈퍼마켓 사장님 뿔났다

슈퍼마켓조합聯, 개정안 제때 통과 안돼
소상공인 생계 위협 "단체행동 나설 것"

슈퍼마켓을 운영하는 전국의 소상공인들이 국회와 대기업 유통회사들을 강력하게 규탄하고 나섰다. 국회 파행이 계속되며 '유통산업발전법 개정안'이 1년 넘게 국회 문턱을 넘지 못하고 있고, 이런 틈을 타 이마트와 롯데 등 대형 유통사들이 '꼼수 출점'을 하며 골목 상권을 빠르게 잠식하고 있다는 이유에서다.

소상공인들은 가뜰이나 경기 침체가 이어지는 상황에서 정치권이 제도 개선에 뒷짐을 지고 있고, 대기업들은 공세를 늦추지 않고 있어 국회 규탄과 출점 저지를 위한 장외 투쟁도 불사한다는 입장이다.

한국슈퍼마켓협동조합연합회는 24일 서울 여의도 중소기업중앙회에서 전국의 슈퍼마켓 대표 등이 참석한 가운데 '유통산업발전법 개정안 처리 촉구'를 위한 긴급 기자회견을 열고 민생 법안을 외면하는 국회의원들을 '국민 심판대'에 세우겠다고 단단히 버르고 나섰다.

슈퍼마켓조합연합회 임원배 회장은 "국회에 계류 중인 '유통산업발전법 개정안'이 당초 기

대와는 달리 제때 통과되지않아 동네에서 어렵게 장사하는 자영업자들의 목을 국회가 조르고 있다"면서 "최근 국회는 대형 유통사들의 복합 아울렛, 참고형 할인매장 출점과 노브랜드의 가맹형 꼼수 출점, 이마트24의 편의점 출점 등을 돕는 대신 우리의 생계를 위협하고 있어 우리는 국회와 대기업을 향해 단체 행동에 나설 것"이라고 경고했다.

그러면서 임 회장은 "신세계, 현대, 롯데 등 대기업 등은 2년만 버티면 된다는 식의 생각으로 대기업이 마땅히 가져야 할 양심과 도덕성을 휴지처럼 뺄개치고 국정 과제를 비웃듯 전방위적으로 골목상권 침탈에 속도를 내고 있다"고 덧붙였다.

중소기업·소상공인업계는 그동안 현재의 유통산업발전법에 ▲복합쇼핑몰·백화점 등에 대한 영업시간 제한, 의무휴업 등 영업제한 시행 ▲대규모점포 건축단계 이전에 출점 여부를 결정할 수 있도록 절차 마련 ▲대규모 점포 입점 시 제출하는 지역협력계획서의 이행실적 점검 및 이행명령 권한 부과 ▲직영점, 직영점형 체인, 개인 식자재도매유통상가 등 중규모 점포에 대한 규제 신설 등의 내용을 반영해 개정해야 한다고 목소리를 높여왔다. /김승호 기자

카카오벤처스, '마카롱팩토리'에 10억 투자

카카오벤처스가 모바일 자동차 통합관리 '마카롱'을 운영하는 마카롱팩토리에 10억원을 투자했다고 24일 밝혔다.

이번 투자로 마카롱팩토리는 시리즈 A 라운드를 마무리했다. 마카롱팩토리는 카카오 기획자를 거쳐 편성 정보 검색 '레스티'와 병원 정보 검색 '굿닥' 서비스를 공동 창업한 김기풍 대표가 이끄는 팀이다.

마카롱은 모바일 자동차 통합관리 및 정보애플리케이션이다. 자동으로 인식된 주유 기록을 통해 평균 연비, 월별 지출, 보험료 내역 등을 한눈에 파악 가능하다. 또한 동일 차종을 사용하는 사용



자와 소통하며 차량 관리에 필요한 정보를 획득할 수 있다.

특히 마카롱은 단순 관리를 넘어 에프터마켓으로 연결하는 자동차 통합 플랫폼으로 확대 중이다.

/구서윤 기자 yuni2514@

에이스침대 "여름밤 '쿨잠' 주무세요"

KB국민카드와 제휴 '쿨잠' 프로모션
면이불 등 구매가격 별 사은품 증정

에이스침대는 본격적인 여름철을 앞두고 소비자들 사이에서 쾌적하게 수면을 취할 수 있도록 7월21일까지 KB국민카드 결제 고객을 대상으로 여름맞이 '쿨(Cool)잠' 프로모션을 실시한다고 24일 밝혔다.

전국 에이스침대 대리점(백화점과 일부 매장 제외)에서 진행되는 이번 프로모션은 KB국민카드 100만원 이상

구매하면 SE SA 베개속통 세트, 250만 원 이상 구매 시에는 소프라움 면이불 세트(퀵사이즈)를 증정한다. 사은품은 행사가 끝난 뒤 일괄적으로 배송할 예정이다.

구매 고객들의 부담을 줄일 수 있도록 KB국민카드 결제 시 2~3개월 무



이자 혜택도 마련했다.

에이스침대는 결혼을 앞둔 예비 부부가 혼수를 알뜰하게 준비할 수 있도록 돕는 멤버십 서비스인 '에이스 웨딩 멤버십'도 운영하고 있다.

에이스침대 홈페이지에서 올해 결혼을 앞둔 예비 부부가 멤버십에 가입하면 침대 및 슬립커어 제품구매 금액대별 내셔널지오그래픽 백팩, 여행용 캐리어를 증정하고 스트레스리스 '메이페어(Mayfair)' 클래식 베이스 제품구매 시 리클라이너에 부착할 수 있는 스윙 테이블을 증정한다. /김승호 기자

이메일 마케팅 '스티비 연동 서비스' 출시

cafe24

카페24는 온라인 쇼핑몰이 고객 행동 데이터에 기반한 이메일 마케팅을 가능하게 하는 '스티비 연동 서비스'를 출시했다고 24일 밝혔다.

스티비는 개발자나 디자이너의 도움 없이 누구나 쉽고 빠르게 마케팅 이메일을 제작할 수 있는 서비스다. 다양한 디자인 템플릿과 성과 개선 시스템 등

기능이 지원된다. 웹과 모바일은 물론 모든 기기 환경에서 최적화된 노출이 가능한 점도 특징이다.

스티비 연동 서비스를 통해 온라인 쇼핑몰 운영자들은 자사몰에 보유한 데이터를 손쉽게 연결할 수 있다. 마케팅 작업 시 수동으로 진행했던 번거로운 데이터 연동, 상품 정보 연동 등을 간소화해 편의성을 크게 높였다.

/배한님 기자

철도공·코레일유통, 공공기관 첫 '제로페이'

한국철도공사와 코레일유통이 공공기관 최초로 제로페이 결제 서비스를 시작한다. 중소벤처기업부는 한국철도공사, 코레일유통과 24일 대전 한국철도공사에서 제로페이 확산을 위한 업무협약을 체결했다.

중기부는 지난 17일부터 23일까지 시범 운영 기간을 거쳐 이날부터 코레일유통에서 운영하는 213개 역사 975개

매장에서 제로페이 결제 서비스를 시작했다. 단, 민간에서 위탁운영 중인 민자역사 매장은 제외된다.

공공분야에서의 제로페이 확산을 위해 공공기관 가맹점에 대해서는 일반 가맹점 수수료(1.2%)보다 낮은 결제 수수료(0.5%)를 적용한다. 제로페이 수수료는 기존 8억원 이하 소상공인에게는 0%, 8억~12억 규모의 소상공인에게는

중기벤처부, 213개 역사 975곳 대상 11월부터 승차권 구입에도 적용키로

0.3%, 12억 초과 규모 소상공인에게는 0.5%, 그리고 소상공인 외 일반 가맹점에는 1.2%였다.

기차 승차권도 제로페이로 살 수 있다. 코레일은 오는 11월부터 기차 승차권 구매 시 348개 코레일 역사 내의 현장 결제와 코레일톡 모바일 앱에서 제로페이 결제 서비스가 가능하도록 추진한다. /배한님 기자 ericbae1683@