

이자·수수료에 흔들리던 중소기업인... C·N·K 덕에 '숨통'

(쿠팡·네이버·카카오)

플랫폼업계, 중소기업인 판로개척 쿠팡 착한상점, 소상공인 매출 3배↑ 네이버, 100만 소상공인 SME AI 교육 카카오, 디지털 전환 프로젝트 단골

“경기가 점점 안좋아져 폐업을 마음 먹었는데, 플랫폼 활용과 기업의 지원 덕분에 다시 희망을 찾았다”

“높아지는 이자, 수수료 등으로 허덕이고 있었는데 사업에 딱 맞는 지원 프로그램을 찾아 이용 중이다. 100% 만족한다”

소상공인과 자영업자에게 불어 닥친 장기간의 경제난으로 폐업이 속출하는 위기 상황에 놓인 가운데 쿠팡·네이버·카카오 일명 ‘C·N·K’ 플랫폼사들의 소상공인 지원 방안이 눈길을 끌고 있다.

실제 최근 가시적인 성과로 이어지면서 플랫폼사들도 소상공인들 지원에 힘쓰겠다는 뜻을 모았다.

플랫폼 업계 한 관계자는 “소상공인들의 판로를 개척하는 게 핵심이다. 지금난을 해소하기 위한 취지로 볼 수 있다. 사실 소상공인들과 플랫폼사들은 상생하는 관계이기 때문이다. 앞으로 더욱 활발한 대책을 마련하기 위해 힘



지난해 말 한국프레스센터에서 개최한 ‘플랫폼사 CEO 간담회’에서 각 사 대표들이 기념촬영을 하고 있다. 왼쪽부터 이도규 과학기술정보통신부 통신행정관, 황도연 당근마켓 대표, 박대준 쿠팡 대표, 최수연 네이버 대표, 박성호 한국인터넷기업협회장, 유상임 과학기술정보통신부 장관, 이봉의 서울대학교 교수, 정신아 카카오 대표, 류제명 과학기술정보통신부 네트워크정책실장. /과기정통부

쓸 것”이라고 말했다.

네이버, 카카오, 쿠팡 중 소상공인지원 사업에 가장 큰 성과를 내고 있는 곳은 쿠팡이다.

쿠팡은 지방 농어촌과 중소기업의 디지털 판로 개척을 위해 2022년 ‘착한상점’을 론칭한 바 있다. 이후 1년만에 1조원 돌파, 올해 초까지 누적매출은 3조원을 넘어섰다.

착한상점에 입점한 소상공인들의 한 해 매출이 3배 이상 성장한 것은 전국

소상공인들의 평균 매출 증가율과 비교했을 때 두드러지는 수치다. 한국신용데이터에 따르면 전국 소상공인들의 사업장당 평균 매출은 지난해 0.57%로 착한상점이 경제위기 속에서 소상공인들의 판로를 열어준 셈이다.

착한상점은 수도권부터 경상도, 전라도, 충청도, 강원도 등 전국 중소기업이 만든 제품들로 구성됐다. 착한상점 상품은 58만개로, 2023년(46만개) 대비 26% 늘었다. 착한상점에 입점한 중소기업인

들은 별도의 마케팅 없이 고객들에게 지속적으로 노출된다는 강점이 있다. 품질력과 우수하면 자체 인지도도 끌어올릴 수 있다. 여기에 쿠팡이 직접 직매입하는 로켓배송의 경우, CS 리스크도 덜 수 있어 부담이 적다. 현재 쿠팡 전체 판매자 중 약 70%는 연 매출 30억 미만의 소상공인들로 2250만명에 달하는 쿠팡 프로젝트 커머스 부분 활성고객에 기반해 가파른 성장세를 이어가고 있다.

쿠팡 신사업부문 관계자는 “유관 기관 및 지자체와 적극 협업해 중소기업들에게 새로운 성장 기회를 열어주기 위해 노력하겠다”고 말했다.

네이버는 지난달 17일 소상공인 성장 지원 프로그램인 ‘성장 마일리지’를 선보였다.

판매자들이 AI 역량을 강화해 시장 변화 적응을 돕기 위해서다. 실제 폐업 절차를 밟고 온라인으로 새로운 사업을 준비 중인 창업자들에게 인기가 높다.

네이버는 그동안 온라인 창업을 할 수 있도록 수수료를 지원하는 ‘스타트제로 수수료(2019)’와 마케팅 비용을 지원하는 ‘성장 지원 포인트(2017)’ 프로그램을 운영해왔다. 오는 7월 도입되는 성장 마일리지 프로그램은 본격적인

사업 성장 단계에 있는 네이버 스마트스토어 판매자 새책, 파워 등급의 판매자를 대상으로 운영된다.

네이버는 2016년부터 ‘프로젝트 꽃’이란 이름으로 소상공인을 지원해오고 있다. 프로젝트 꽃의 재원인 ‘분수펀드’를 통해 5년간 600억원을 소상공인에게 투자한다고 밝힌 바 있다.

카카오는 소상공인 디지털 전환과 금융 지원에 속력을 내고 있다.

일례로 카카오뱅크는 지난해만 2조 5000억원 이상(누적 13조원)을 중·저신용 대출로 공급했다. 개인사업자 대출 고객 이자 환급과 보증서 대출 보증료, 임대료와 난방비 지급 등에 약 360억원(누적 1조원)을 지원했다.

카카오는 소외된 지역 상권 부흥과 소상공인 디지털 전환을 위한 상생사업 ‘프로젝트 단골’도 진행 중이다. 현재까지 총 212개 시장과 15개 상권, 2800여명의 상인에게 디지털 교육을 제공했다.

단골거리 참여 상인 중 50%는 처음으로 온라인 홍보를 시작한 것으로도 조사됐다. 또 참여 상인회 대상 만족도 조사에서는 평균 4.9점(5점 만점)을 기록하기도 했다.

/최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

박창숙 “웹테크 지원사업 신설... 여성특화 산업 키운다”

(여성경제인협회장)

서울 여의도서 취임 후 첫 기자간담회 조직 대표성 강화 등 ‘5대 추진 과제’ 웹테크 지원사업, 내년 예산 반영 총력

박창숙 한국여성경제인협회장이 여성기업의 글로벌 진출을 적극 지원하고 ‘웹테크’를 중심으로 한 여성특화 기술 기반 산업 육성에 속도를 낸다.

박창숙 회장은 6일 서울 여의도의 한 식당에서 기자간담회를 열고 “국내 여성기업을 대변하는 법정 단체의 수장으로 서 어깨가 무겁고 고민도 많지만 앞으로 3년간 계획한 일들을 차근차근 풀어갈 것”은 소감을 전하고 “K-뷰티, K-푸드 등 여성특화 산업 중심으로 수출 확대를 지원하고 젊은 여성기업인들의 글로벌 진출도 적극 돕겠다”고 강조했다.



박창숙 한국여성경제인협회장이 6일 오전 서울 여의도의 한 식당에서 열린 기자간담회에서 답변을 하고 있다. /여성협

장우섬유 대표인 박 회장이 국내에만 머물러 있다가 돌과구를 찾기 위해 4년 전부터 과테말라에서 공장을 가동하고 있다.

박 회장은 “한국에선 섬유산업이 사

양길로 접어들지 오래다. 매달 1억원씩 적자를 보면서 7년을 버티다 내린 결정이었다. (해외에)가보니 많은 기회가 보였다. 10년만 일찍 왔더라면, 내가 좀더 젊었더라면 하는 아쉬움이 들었다. 해외에 진출한 뒤 설레임은 더욱 커졌다. 여성기업들이 해외에 더욱 관심을 가질 수 있도록 지원할 것”이라고 말했다.

박 회장은 여성들의 삶의 질을 향상시키고 저출생 문제 해결에도 기여할 수 있는 ‘웹테크’ 산업 선도 여성기업들을 육성할 수 있는 토대도 만들겠다는 포부를 밝혔다.

‘웹테크(FemTech)’란 여성(female)과 기술(Technology)의 합성어로 여성의 생리, 임신, 출산, 육아 등에 인공지능(AI), 빅데이터 등 첨단 기술을 활

용한 제품과 서비스를 뜻한다.

박 회장은 “아직 국내 웹테크 산업은 인지도가 매우 낮고, 관련 지원도 부족한 상황이다. 내년을 목표로 올해 ‘웹테크 지원사업’ 신설 준비에 박차를 가하는 등 여경협이 관련 산업 육성에 앞장서겠다”고 말했다.

주무부처인 중소벤처기업부와 협의해 내년에 쓸 예산을 만들어 놓는 게 올해 가장 큰 목표다.

박 회장은 지난달 12일 취임식에서 ‘5대 중점 추진 과제’로 ▲한국여성경제인협회 대표성 강화 ▲여성기업 글로벌 진출 지원 ▲여성특화 기술기반 산업 육성 ▲여성기업 육성사업 지원체계 정비 ▲여성기업의 소통과 화합을 제시한 바 있다. /김승호 기자



KCC 직원들이 마이톤스카이가 설치된 서초사옥 더 클렌즈 갤러리에서 잔향시간 시뮬레이션에 대해 의견을 나누고 있다. /KCC

KCC

잔향시간 예측 프로그램 시뮬레이션 무료 공개

KCC가 잔향시간을 예측할 수 있는 시뮬레이션 프로그램을 누구나 무료로 이용할 수 있도록 시스템을 구축했다.

잔향시간(Reverberation Time, RT)은 실내에서 음원이 멈춘 후 소리가 사라질 때까지 걸리는 시간을 의미한다.

6일 KCC에 따르면 천장재 없이 골조를 드러내는 노출 천장 구조의 대형 카페에서는 실내에서 웅성거리는 느낌을 받을 수 있는데, 이는 소리가 흡수되지 않고 반사되면서 잔향시간이 길어졌기 때문이다.

학교, 카페, 사무실과 같이 음향환경이 중요한 공간에서는 잔향시간을 조절하는 것이 필수적이다.

이에 KCC는 건축 설계사와 시공 관계자는 물론 일반 소비자도 실내 공간의 음향환경을 사전에 검토하고 적절한 흡음재를 선택해 건물의 용도에 맞는 최적의 음향설계를 할 수 있는 프로그램을 공식 홈페이지를 통해 무료로 공개하게 됐다.

사용자는 KCC 홈페이지를 방문해 공간의 가로, 세로, 높이를 입력하고 건물의 용도 및 천장재 제품을 선택하면 최적의 잔향시간에 적합한지 계산된 데이터를 확인할 수 있다. /김승호 기자

소상공인 국내·외 온라인 진출 돕는다

소진공, 기초·심화교육 등 전방위 지원

소상공인시장진흥공단이 ‘소상공인 온라인 판로지원 사업’을 통해 국내·외 온라인 시장 진출을 희망하는 소상공인을 모집한다.

6일 소진공에 따르면 ‘소상공인 온라인 판로지원 사업’은 국내 소상공인의 온라인 시장 진출을 돕는다.

올해는 소상공인의 성공적인 온라인 진출을 위해 필요한 기초 및 심화교육과 글로벌 시장진출까지 지원한다.

온라인 진출 교육은 1대1 현장방문 교육, 디지털 특성화대학을 통한 오프

라인 실습중심의 교육과 더불어 국내·외 플랫폼과 협업해 진행되는 플랫폼사 협업 교육으로 구분된다.

지난해 시범 운영했던 ‘1대1 현장방문 교육’은 올해 지원 규모를 2배로 확대(500개사→1000개사)하고, 디지털 전환 취약종인 50대 이상의 중·장년 또는 1인 사업장을 운영 중인 소상공인을 우선 지원한다.

특히 교육 참여 멘토를 최근 3년간 디지털 특성화대학의 우수 수료생 등으로 구성, 현장에서 온라인 진출 선택 소상공인의 성공적인 운영 노하우도 공유할 것으로 기대된다.

/김승호 기자

CJ대한통운, ‘더 운반’ 화주 첫 주문 시 반값

이달만 운임 할인 프로모션 진행

CJ대한통운의 디지털 운송플랫폼 ‘더 운반(the unban)’이 화주 고객 확보를 위한 운임 할인 프로모션을 진행한다.

CJ대한통운은 3월 한달 간 ‘더 운반’ 첫 주문 화주를 대상으로 운임 50% 할인 이벤트를 진행한다고 6일 밝혔다. ‘더 운반’에 가입한 화주라면 별도 신청 없이 첫 주문 및 운송 완료 건에 대해 운임의 50%, 최대 10만원을 할인 받을 수 있다.

‘더 운반’은 95년 업력을 자랑하는 CJ대한통운의 노하우와 첨단 기술을 결합한 디지털 화물운송 플랫폼이다.

먼저 ‘더 운반’은 CJ대한통운이 보유

한 빅데이터와 AI 알고리즘을 활용해 최적의 운임을 산출하고 효율적인 운송 경로와 복화 운송으로 운임 경쟁력을 확보했다. 또한 원클릭 주문, 실시간 차량 관제, 디지털 정산 관리, 언제 어디서나 주문이 가능한 모바일 애플리케이션 등 다양한 편의 기능을 갖춰 고객의 불필요한 리소스 소모를 줄이는 한편 비용 절감도 실현했다.

‘더 운반’은 전문적인 운송 관리가 필요한 화주사를 위한 맞춤 컨설팅도 지원하고 있다. ‘더 운반’ 홈페이지에서 전문가 상담을 요청하면 각 기업별 비즈니스 니즈에 최적화된 운송 솔루션 컨설팅을 받을 수 있다. /김승호 기자