

중소기업 CEO가 꼭 알아야 할 2010 중소기업 지원제도(1)

중소기업은 작은 풀씨에서 시작한 우리경제가 이룸드리나무로 성장하는데 든든한 뿌리 역할을 담당하였다. 우리나라 총 사업체의 99%, 전체 근로자의 88%를 차지하는 중소기업은 우리경제의 신성장동력 확충과 일자리 창출의 원천으로, 글로벌 무한경쟁의 시대에 세계 속의 거목(巨木)으로 한국경제의 성장을 견인할 핵심주체이다.

지속성장의 관건이 중소기업에 있는 만큼 중앙정부를 비롯 지자체, 기금, 은행 등 공공부문과 민간부문의 관련기관에서 제공하는 중소기업 육성책은 매우 다종다양하며 그 양이 실로 방대합니다. R&D 투자자금 지원, 각종 세제지원 등 중소기업들이 활용할 수 있도록 다양한 종류의 지원정책은 이미 제도적으로 상당히 정비되어 있으나, 시시각각 변화하는 경영환경에 맞서 분초를 다투며 기업을 키우고 있는 대다수의 중소기업 CEO가 갖가지 지원제도 내용을 하나하나 면밀히 살펴 이를 필요에 따라 적재적소에 활용한다는 것은 생각처럼 그리 쉬운 일이 아니다. 이러한 점을 감안하여 전경련중소기업경영자문봉사단(이하 경영자문단)은 지난 2007년 말에 이어 중소기업에 필요한 핵심제도를 선별하여 '중소기업 지원제도 요약'을 발간하여, 중소기업 CEO들이 꼭 알아야 할 핵심적인 내용을 6개 분야로 일목요연하게 정리하였다.

1. 중소기업 지원제도 개요

1. 개요

- 중소기업종합정보서비스인 '비즈인포(www.bizinfo.go.kr)'에 등록된 중소기업 지원제도('10. 7월 기준) 총 1,761개를 대상으로 2010년도부터 지원신청 가능한 제도 118개를 선별하여 편제함

- 비즈인포가 분류한 9개 분야의 지원제도 가운데 중소기업에 필요한 핵심제도를 중심으로 세제와 전통시장 분야를 제외한 총 6개 분야(자금, 마케팅/영업, 인력, 경영, 인증/인정/확인, 창업)로 구성함

〈 '비즈인포' 의 9개 분야 지원제도 현황 〉

구분	금융	세제	기술	인력	창업/ 벤처	판로/ 수출	컨설팅/ 특허/ 인정	소상 공인/ 전통시장	여성/ 장애인/ 기타	전체
제도(수)	213	24	207	93	37	532	558	20	77	1,761
비율(%)	12.1	1.4	11.8	5.3	2.1	30.2	31.7	1.1	4.3	100

- 중소기업의 지원제도 이용가능성과 신청 빈도, 지원규모, 경영자문단의 활용사례 등을 종합적으로 고려하여 각 분야별 지원제도를 선정함

〈 중소기업 지원제도 요람 의 6개 분야 지원제도 현황 〉

구분	자금	마케팅/영업	인력	경영(컨설팅)	인증/인정/확인	창업	전체
제도(수)	40	19	17	17	11	14	118
비율(%)	33.9	16.1	14.4	14.4	9.3	11.9	100

※ 148개의 중소기업 지원기관 가운데 중소기업청, 지식경제부 등 중앙정부와 중소기업진흥공단, 기술·신용보증기금 등 관련 주요 기관의 지원제도를 중심으로 정리함

2. 자금 지원제도

1) 지원개요

- 자금은 기업 경영활동에 있어 중요한 핵심요소 중의 하나로 자금운영에 문제가 발생하면 경영활동이 위축되고 더 나아가 더 이상 지속하지 못하는 경우가 많음
- 기본적으로 무차입 경영운영이 기업 활동에 이상적이고 바람직하나, 대부분의 기업에서 여건상 외부자금의 활용은 불가피하기 때문에 기업은 자금조달 운영 및 활용 역량 확보에 적극적인 관심을 기울일 필요가 있음
- 창업기업 및 일반 중소기업이 기업 활동을 영위하면서 필요한 자금을 외부로부터 조달

하는 형태는 크게 4가지(융자자금, 지원자금, 출연자금, 투자자금)로 구분할 수 있음

□ 보통 '정책자금' 이라 말하는 것은 투자자금을 제외한 융자자금, 지원자금, 출연자금을 지칭함

2) 지원종류

◎ 융자자금

- 기업이 보유하고 있는 4가지 담보(부동산, 기술, 신용, 매출)를 근거로 중소기업진흥공단 또는 금융기관으로부터는 직접 내지는 간접대출방식이나, 기술신용보증기금, 신용보증기금 및 지역신용보증재단의 보증서를 활용한 간접대출방식으로 기업의 운영자금을 융자해 주는 자금임
- 대표적인 융자자금으로는 중소기업 운영시설자금, 기술개발 사업화자금, 긴급경영안전자금, 경영개선자금, 창업기업 지원자금 등이 있으며 조달기간은 신청에서 조달 완료시까지 빠르면 1주일에서 수주일 정도 소요됨

◎ 지원자금

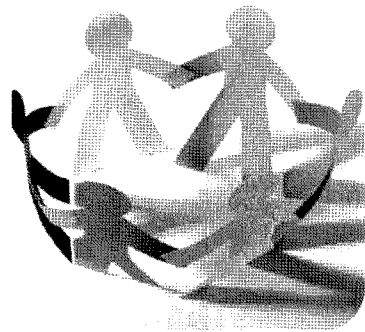
- 예비창업자 및 창업기업의 제품화과정에 소요되는 자금을 무상으로 지원하는 사업으로서, '아이디어상업화 지원사업' (중소기업진흥공단/한국생산성본부), '예비기술창업자 육성사업' (대학산학협력단/창업보육센터), '우수발명시작품제작 지원사업' (발명진흥회) 등이 있음
- 기업이나 예비창업자가 직접적으로 자금을 운영하는 형태가 아니라 주관기관이 위탁하여 집행하는 것이 특징으로, 통상 신청 이후 1~2개월의 선정 작업이 소요됨

◎ 출연자금

- 창업기업 및 중소기업의 초기 기술개발에 필요한 개발자금을 최고 75%까지 출연하여 지원하는 자금임
- 지원사업은 중소기업청이나 지식경제부 등 정부기관이 시행하고 한국산업기술평가관리원과 중소기업기술정보진흥원 등이 주관함



- 중소기업의 경우 과제 종료 후 지원받은 출연자금인 20% 정도를 3년 이내에 기술료 명목으로 납부해야 함
- 출연자금은 최소 1억 원 내외에서 최대 수십억 원 규모로 지원받을 수 있으며 대표적인 사업은 중소기업 기술혁신 개발사업, 구매조건부 신제품개발사업, 제조현장 녹색화 기술개발사업, 부품소재기술개발사업 등이 있음



- 신청에서 자금지원 완료시까지 보통 3개월에서 6개월 소요됨

◎ 투자자금

- 개인, 법인 및 기관 등으로부터 대개는 법인의 주식을 대가로 조달하는 자금으로 대표적인 투자주체로서는 개인 엔젤투자, 벤처캐피탈, 금융기관, 투자희망기업 등이 있음
- 투자자금의 조달기간은 보통 3개월에서 12개월까지 소요되는 경우가 일반적임

3) 활용방안

◎ 융자자금

- 기업의 담보능력 제고를 위해 보유기술의 특허등록, 신제품 개발, 양산품 제조 및 제품 판매실적 확보 등 기술의 완성도를 높이는 방향으로 준비해야 함
- 기업임원과 주주들의 신용을 유지하는 한편, 매출, 이익 확보를 통한 기업담보력 제고를 중심으로 경영활동을 추진해야 함

◎ 지원자금

- 지원자금을 수혜받기 위해서는 신청 사업화 과제에 대한 간단명료한 사업의 정의 및 개요 정리와 추진배경에 대한 객관적이고 고객시장 지향적인 설명이 필요함
- 신청과제의 기술성, 시장성, 경쟁성 및 수익성에 대한 지표가 잘 정리되어야 하며, 내용이 간단하면서도 명료하게 서술·설명되어야 함
- 지원기관의 사업내용과 취지를 잘 파악하여 요구되는 핵심내용을 중심으로 신청서나 계획서의 서류화 작업을 면밀히 준비해야 함

◎출연자금

- 출연자금 사업은 대부분이 연초(1사분기)에 시행되는 관계로 관심기업은 직전년도 4사분기에 차년도 기술개발 과제에 대한 구상과 준비에 착수해야 함
- 신청기업의 규모, 역량을 감안하여 적합한 출연자금사업의 종류와 내용을 검토하고 이후에는 과제의 기술성, 시장성, 경쟁성 및 수익성에 대한 내용정리가 필요함
- 특허등록, 기업부설연구소 등록, 벤처기업·이노비즈기업 확인 등 기술 중심 기업의 이미지 구축이 신청과제에 선정 가능성을 높이는데 도움이 됨

◎투자자금

- 정책자금(융자자금, 지원자금, 출연자금)의 조달이 어려워 투자자금 조달을 시도하는 기업은 투자자금 조달 가능성이 더욱 희박하다는 사실을 간과해서는 안 됨
- 투자자금 조달은 하나의 자금조달 방안으로 삼아야지 기업의 우선적인 자금조달 방안이 되어서는 안 됨
- 투자자금을 조달하기 위한 기업의 역량, 예를 들면 사업(제품)의 시장성, 경쟁성, 독점성, 수익성 확보 가능성은 물론 인적구성의 탁월성 등 모든 면에서 투자자의 투자금 환수가 빠른 시일 내에 가능할 수 있다는 신뢰성을 제공해야 함
- 기업의 생존역량의 확인은 물론, 한 단계 도약할 수 있는 가능성을 보여주는 내용으로 준비하되, 역량을 확보할 수 있다는 의지와 확신을 보여주어야 투자자금 조달이 가능함
- 사업초기 기업의 경우에는 개인이나 법인 투자주체보다는 한국산업은행 같은 정책금융기관이나 신규사업 추진기업, M&A 관심기업 등 투자관심 기업으로부터 자금을 조달하는 전략이 바람직함

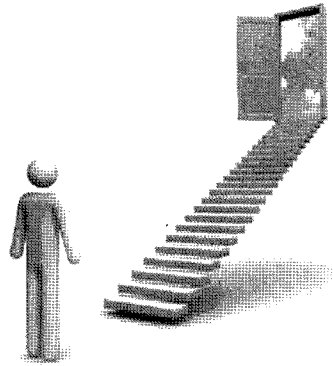
3. 마케팅/영업 지원제도

1) 지원개요

- 뛰어난 기술을 보유하고 있는 중소기업이 우수한 품질의 제품을 생산하고도 낮은 브랜드 이미지 및 효율적인 유통 채널을 갖추지 못하여 판로 및 시장 개척에 어려움을 겪고

있는 경우에 지원함

- 즉 성능과 품질이 우수한 중소기업의 안정적인 수요처 확보를 지원하고자 하는 제도로 이러한 마케팅/영업지원 분야의 지원제도는 크게 수출부문, 판로부문, 마케팅 부문의 3가지로 구분할 수 있음



2) 지원종류

◎ 수출부문

- 중소기업의 해외시장 개척 활동에 필요한 시장정보, 자금과 인력, 기타 각종 인프라를 지원하여 중소기업의 수출 경쟁력을 제고함으로써 수출을 촉진시키기 위한 정책으로 정책 자금지원과 기타 지원(무역인력 공급, 해외진출, 인프라구축, 정보제공 등)으로 분류됨
- 주요 지원사업으로 내수기업의 수출기업화 사업, 글로벌 마케팅 지원사업, 무역촉진단 파견사업, 수출인큐베이터 운영사업 등이 있음

◎ 판로부문

- 중소기업의 판로확대를 위하여 크게 민수부문의 수요확대를 위한 시장개척 사업과 공공부문의 구매를 확대하기 위한 공공구매 제도의 운영으로 구분됨
- 주요 지원사업으로는 공공구매 종합정보망 사업, 기술개발제품 우선 구매사업, 벤처마케팅 지원 사업 등이 있음

◎ 마케팅 부문

- 중소기업의 우수제품 수출 및 내수판매 확대를 위하여 브랜드 지원, 홍보 지원 등 자사 제품의 판매 촉진을 위한 수요 창출 지원 사업임
- 주요 지원사업으로 중소기업 마케팅촉진 지원사업(공동상표, 구매상담회, 홍보 지원 등), 인터넷 중소기업관 사업, 해외 포털사이트 마케팅 사업 등이 있음

▶ 다음호에 계속