

청탁금지법 시행 전후 소상공인(소기업) 경영실태 조사 결과보고서

2017. 2.



소상공인연합회



소상공인시장진흥공단

<제 목 차 례>

제1장. 조사개요	1
1. 조사 배경 및 목적	3
2. 조사 설계	3
1) 조사개요	3
2) 표본설계	4
3. 조사내용	5
4. 응답자 특성	6
5. 자료처리 및 통계분석	7
6. 주의사항	7
7. 「청탁금지법」(일명 ‘김영란법’)에 대한 이해	8
1) 청탁금지법 시행	8
2) 법안 주요 내용	8
3) 적용대상	9
제2장. 요약 및 결론	11
제3장. 조사결과	21
제1절. 조사 결과	23
1. 청탁금지법 인지도	23
2. 사업체 고객층	26
3. 청탁금지법 전·후 경영활동	29
4. 청탁금지법 전·후 월평균 매출액	32
1) 월평균 매출액 현황	32
2) ‘15년 9월 월평균 매출액	35
3) ‘15년 12월 월평균 매출액	38
4) ‘16년 9월 월평균 매출액	41
5) ‘16년 12월 월평균 매출액	44
5. 청탁금지법 전·후 월평균 영업이익	47
1) 월평균 영업이익 현황	47
2) ‘15년 9월 월평균 영업이익	50
3) ‘15년 12월 월평균 영업이익	53
4) ‘16년 9월 월평균 영업이익	56
5) ‘16년 12월 월평균 영업이익	59

6. 청탁금지법 전·후 일평균 고객 수	62
1) 일평균 고객 수 현황	62
2) '15년 9월 일평균 고객 수	65
3) '15년 12월 일평균 고객 수	68
4) '16년 9월 일평균 고객 수	71
5) '16년 12월 일평균 고객 수	74
7. 청탁금지법 전·후 종업원 수	77
8. '15년 12월 대비 '16년 12월 경영성과 감소 요인	80
9. 경영활동 어려움 감내 기간	83
10. 경영활동 어려움 극복방안	86
11. 청탁금지법의 사회적 효과	89
12. 청탁금지법 개선 필요성	92
13. 청탁금지법 가액 범위	95
1) 가액범위 적정 여부	95
2) 음식물 가액 범위	98
3) 선물 가액 범위	101
4) 경조사비 가액 범위	104
14. 청탁금지법과 관련한 정부 추진 정책	107
제2절. 피해사례	113
1. 음식점업	113
2. 음식료품 소매업	117
3. 전문상품 소매업	120
4. 음식료품 도매업	123
5. 기타서비스업	125
 첨부. 조사표	 127

<표목차>

【표 1】 청탁금지법 인지도 - 사업체 규모별	23
【표 2】 청탁금지법 인지도 - 업종별	24
【표 3】 청탁금지법 인지도 - 세부업종별	24
【표 4】 청탁금지법 인지도 - 지역별	25
【표 5】 청탁금지법 인지도 - 세부집단별	25
【표 6】 사업체 고객층 - 사업체 규모별	26
【표 7】 사업체 고객층 - 업종별	27
【표 8】 사업체 고객층 - 세부업종별	27
【표 9】 사업체 고객층 - 지역별	28
【표 10】 사업체 고객층 - 세부집단별	28
【표 11】 청탁금지법 전·후 경영활동 - 사업체 규모별	29
【표 12】 청탁금지법 전·후 경영활동 - 업종별	30
【표 13】 청탁금지법 전·후 경영활동 - 세부업종별	30
【표 14】 청탁금지법 전·후 경영활동 - 지역별	31
【표 15】 청탁금지법 전·후 경영활동 - 세부집단별	31
【표 16】 월평균 매출액 - 사업체 규모별	32
【표 17】 월평균 매출액 - 업종별	33
【표 18】 월평균 매출액 - 세부업종별	33
【표 19】 월평균 매출액 - 지역별	34
【표 20】 월평균 매출액 - 세부집단별	34
【표 21】 '15년 9월 월평균 매출액 - 사업체 규모별	35
【표 22】 '15년 9월 월평균 매출액 - 업종별	36
【표 23】 '15년 9월 월평균 매출액 - 세부업종별	36
【표 24】 '15년 9월 월평균 매출액 - 지역별	37
【표 25】 '15년 9월 월평균 매출액 - 세부집단별	37
【표 26】 '15년 12월 월평균 매출액 - 사업체 규모별	38
【표 27】 '15년 12월 월평균 매출액 - 업종별	39
【표 28】 '15년 12월 월평균 매출액 - 세부업종별	39
【표 29】 '15년 12월 월평균 매출액 - 지역별	40
【표 30】 '15년 12월 평균 매출액 - 세부집단별	40
【표 31】 '16년 9월 월평균 매출액 - 사업체 규모별	41
【표 32】 '16년 9월 월평균 매출액 - 업종별	42
【표 33】 '16년 9월 월평균 매출액 - 세부업종별	42
【표 34】 '16년 9월 월평균 매출액 - 지역별	43
【표 35】 '16년 9월 월평균 매출액 - 세부집단별	43
【표 36】 '16년 12월 월평균 매출액 - 사업체 규모별	44
【표 37】 '16년 12월 월평균 매출액 - 업종별	45
【표 38】 '16년 12월 월평균 매출액 - 세부업종별	45
【표 39】 '16년 12월 월평균 매출액 - 지역별	46

【표 40】	‘16년 12월 월평균 매출액 - 세부집단별	46
【표 41】	월평균 영업이익 - 사업체 규모별	47
【표 42】	월평균 영업이익 - 업종별	48
【표 43】	월평균 영업이익 - 세부업종별	48
【표 44】	월평균 영업이익 - 지역별	49
【표 45】	월평균 영업이익 - 세부집단별	49
【표 46】	‘15년 9월 월평균 영업이익 - 사업체 규모별	50
【표 47】	‘15년 9월 월평균 영업이익 - 업종별	51
【표 48】	‘15년 9월 월평균 영업이익 - 세부업종별	51
【표 49】	‘15년 9월 월평균 영업이익 - 지역별	52
【표 50】	‘15년 9월 월평균 영업이익 - 세부집단별	52
【표 51】	‘15년 12월 월평균 영업이익 - 사업체 규모별	53
【표 52】	‘15년 12월 월평균 영업이익 - 업종별	54
【표 53】	‘15년 12월 월평균 영업이익 - 세부업종별	54
【표 54】	‘15년 12월 월평균 영업이익 - 지역별	55
【표 55】	‘15년 12월 월평균 영업이익 - 세부집단별	55
【표 56】	‘16년 9월 월평균 영업이익 - 사업체 규모별	56
【표 57】	‘16년 9월 월평균 영업이익 - 업종별	57
【표 58】	‘16년 9월 월평균 영업이익 - 세부업종별	57
【표 59】	‘16년 9월 월평균 영업이익 - 지역별	58
【표 60】	‘16년 9월 월평균 영업이익 - 세부집단별	58
【표 61】	‘16년 12월 월평균 영업이익 - 사업체 규모별	59
【표 62】	‘16년 12월 월평균 영업이익 - 업종별	60
【표 63】	‘16년 12월 월평균 영업이익 - 세부업종별	60
【표 64】	‘16년 12월 월평균 영업이익 - 지역별	61
【표 65】	‘16년 12월 월평균 영업이익 - 세부집단별	61
【표 66】	일평균 고객 수 - 사업체 규모별	62
【표 67】	일평균 고객 수 - 업종별	63
【표 68】	일평균 고객 수 - 세부업종별	63
【표 69】	일평균 고객 수 - 지역별	64
【표 70】	일평균 고객 수 - 세부집단별	64
【표 71】	‘15년 9월 일평균 고객 수 - 사업체 규모별	65
【표 72】	‘15년 9월 일평균 고객 수 - 업종별	66
【표 73】	‘15년 9월 일평균 고객 수 - 세부업종별	66
【표 74】	‘15년 9월 일평균 고객 수 - 지역별	67
【표 75】	‘15년 9월 일평균 고객 수 - 세부집단별	67
【표 76】	‘15년 12월 일평균 고객 수 - 사업체 규모별	68
【표 77】	‘15년 12월 일평균 고객 수 - 업종별	69
【표 78】	‘15년 12월 일평균 고객 수 - 세부업종별	69
【표 79】	‘15년 12월 일평균 고객 수 - 지역별	70
【표 80】	‘15년 12월 일평균 고객 수 - 세부집단별	70
【표 81】	‘16년 9월 일평균 고객 수 - 사업체 규모별	71

【표 82】	‘16년 9월 일평균 고객 수 - 업종별	72
【표 83】	‘16년 9월 일평균 고객 수 - 세부업종별	72
【표 84】	‘16년 9월 일평균 고객 수 - 지역별	73
【표 85】	‘16년 9월 일평균 고객 수 - 사업체형태별	73
【표 86】	‘16년 12월 일평균 고객 수 - 사업체 규모별	74
【표 87】	‘16년 12월 일평균 고객 수 - 업종별	75
【표 88】	‘16년 12월 일평균 고객 수 - 세부업종별	75
【표 89】	‘16년 12월 일평균 고객 수 - 지역별	76
【표 90】	‘16년 12월 일평균 고객 수 - 세부집단별	76
【표 91】	청탁금지법 전·후 종업원 수 - 사업체 규모별	77
【표 92】	청탁금지법 전·후 종업원 수 - 업종별	78
【표 93】	청탁금지법 전·후 종업원 수 - 세부업종별	78
【표 94】	청탁금지법 전·후 종업원 수 - 지역별	79
【표 95】	청탁금지법 전·후 종업원 수 - 세부집단별	79
【표 96】	15년 12월 대비 ‘16년 12월 경영성과 감소 요인 - 사업체 규모별	80
【표 97】	15년 12월 대비 ‘16년 12월 경영성과 감소 요인 - 업종별	81
【표 98】	15년 12월 대비 ‘16년 12월 경영성과 감소 요인 - 세부업종별	81
【표 99】	15년 12월 대비 ‘16년 12월 경영성과 감소 요인 - 지역별	82
【표 100】	15년 12월 대비 ‘16년 12월 경영성과 감소 요인 - 세부집단별	82
【표 101】	경영활동 어려움 감내 기간 - 사업체 규모별	83
【표 102】	경영활동 어려움 감내 기간 - 업종별	84
【표 103】	경영활동 어려움 감내 기간 - 세부업종별	84
【표 104】	경영활동 어려움 감내 기간 - 지역별	85
【표 105】	경영활동 어려움 감내 기간 - 세부집단별	85
【표 106】	경영활동 어려움 극복방안 - 사업체 규모별	86
【표 107】	경영활동 어려움 극복방안 - 업종별	87
【표 108】	경영활동 어려움 극복방안 - 세부업종별	87
【표 109】	경영활동 어려움 극복방안 - 지역별	88
【표 110】	경영활동 어려움 극복방안 - 세부집단별	88
【표 111】	청탁금지법의 사회적 효과 - 사업체 규모별	89
【표 112】	청탁금지법의 사회적 효과 - 업종별	90
【표 113】	청탁금지법의 사회적 효과 - 세부업종별	90
【표 114】	청탁금지법의 사회적 효과 - 지역별	91
【표 115】	청탁금지법의 사회적 효과 - 세부집단별	91
【표 116】	청탁금지법 개선 필요성 - 사업체 규모별	92
【표 117】	청탁금지법 개선 필요성 - 업종별	93
【표 118】	청탁금지법 개선 필요성 - 세부업종별	93
【표 119】	청탁금지법 개선 필요성 - 지역별	94
【표 120】	청탁금지법 개선 필요성 - 세부집단별	94
【표 121】	가액범위 적정 여부 - 사업체 규모별	95
【표 122】	가액범위 적정 여부 - 업종별	96
【표 123】	가액범위 적정 여부 - 세부업종별	96

【표 124】	가액범위 적정 여부 - 지역별	97
【표 125】	가액범위 적정 여부 - 세부집단별	97
【표 126】	음식물 가액범위 - 사업체 규모별	98
【표 127】	음식물 가액범위 - 업종별	99
【표 128】	음식물 가액범위 - 세부업종별	99
【표 129】	음식물 가액범위 - 지역별	100
【표 130】	음식물 가액범위 - 세부집단별	100
【표 131】	선물 가액범위 - 사업체 규모별	101
【표 132】	선물 가액범위 - 업종별	102
【표 133】	선물 가액범위 - 세부업종별	102
【표 134】	선물 가액범위 - 지역별	103
【표 135】	선물 가액범위 - 세부집단별	103
【표 136】	경조사비 가액범위 - 사업체 규모별	104
【표 137】	경조사비 가액범위 - 업종별	105
【표 138】	경조사비 가액범위 - 세부업종별	105
【표 139】	경조사비 가액범위 - 지역별	106
【표 140】	경조사비 가액범위 - 세부집단별	106
【표 141】	청탁금지법과 관련한 정부 추진 정책(1순위) - 사업체 규모별	107
【표 142】	청탁금지법과 관련한 정부 추진 정책(1순위) - 업종별	108
【표 143】	청탁금지법과 관련한 정부 추진 정책(1순위) - 세부업종별	108
【표 144】	청탁금지법과 관련한 정부 추진 정책(1순위) - 지역별	109
【표 145】	청탁금지법과 관련한 정부 추진 정책(1순위) - 세부집단별	109
【표 146】	청탁금지법과 관련한 정부 추진 정책(1+2순위) - 사업체 규모별	110
【표 147】	청탁금지법과 관련한 정부 추진 정책(1+2순위) - 업종별	110
【표 148】	청탁금지법과 관련한 정부 추진 정책(1+2순위) - 세부업종별	111
【표 149】	청탁금지법과 관련한 정부 추진 정책(1+2순위) - 지역별	112
【표 150】	청탁금지법과 관련한 정부 추진 정책(1+2순위) - 세부집단별	112

<그림 목차>

【그림 1】 청탁금지법 인지도	23
【그림 2】 사업체 고객층	26
【그림 3】 청탁금지법 전·후 경영활동	29
【그림 4】 월평균 매출액	32
【그림 5】 '15년 9월 월평균 매출액	35
【그림 6】 '15년 12월 월평균 매출액	38
【그림 7】 '16년 9월 월평균 매출액	41
【그림 8】 '16년 12월 월평균 매출액	44
【그림 9】 월평균 영업이익	47
【그림 10】 '15년 9월 월평균 영업이익	50
【그림 11】 '15년 12월 월평균 영업이익	53
【그림 12】 '16년 9월 월평균 영업이익	56
【그림 13】 '16년 12월 월평균 영업이익	59
【그림 14】 일평균 고객 수	62
【그림 15】 '15년 9월 일평균 고객 수	65
【그림 16】 '15년 12월 일평균 고객 수	68
【그림 17】 '16년 9월 일평균 고객 수	71
【그림 18】 '16년 12월 일평균 고객 수	74
【그림 19】 청탁금지법 전·후 종업원 수	77
【그림 20】 15년 12월 대비 '16년 12월 경영성과 감소 요인	80
【그림 21】 경영활동 어려움 감내 기간	83
【그림 22】 경영활동 어려움 극복방안	86
【그림 23】 청탁금지법의 사회적 효과	89
【그림 24】 청탁금지법 개선필요성	92
【그림 25】 가액범위 적정 여부	95
【그림 26】 음식물 가액 범위	98
【그림 27】 선물 가액 범위	101
【그림 28】 경조사비 가액 범위	104
【그림 29】 청탁금지법과 관련한 정부 추진 정책	107

제1장. 조사개요

1. 조사 배경 및 목적

- '16.9.28 청탁금지법 시행 이후 3개월이 지난 시점에서 법 시행이 소상공인의 경영 실태(매출액, 영업이익, 고객 수 등)에 끼친 영향을 조사함.
- 조사결과를 토대로 법 시행에 따른 소상공인 경영상태, 피해사례를 파악하고, 현행 법 기준의 부작용 해소, 영업환경 개선 등을 위한 기초자료로 활용함.

2. 조사 설계

1) 조사개요

- 7개 특·광역시(서울, 인천, 대전, 광주, 대구, 울산, 부산)의 소규모 사업체 대상(10인 미만 _ 소상공인, 소기업 포함)으로 청탁 금지법과 관련하여 직접적 피해가 예상되는 업종을 선정하여 조사를 수행하였으며, 세부 조사 설계는 아래와 같음.

구분	내용
조사업종	음식업, 소매업, 도매업, 개인서비스업 주요 4개 업종 - 음식점업, 음식료품 소매업, 전문상품 소매업, 음식료품 도매업, 기타서비스업 등 주요 5개 업종(KSIC코드 대분류 기준) 및 18개 세부업종으로 분류하여 조사
조사지역	7개 특·광역시(서울, 인천, 대전, 광주, 대구, 울산, 부산)
조사방법	구조화된 설문지를 활용한 방문 면접조사
조사대상	조사대상 중 청탁금지법 인 지자(미 인 지자는 조사대상에서 제외 함)
표본할당	업종, 지역을 고려한 임의할당
표본크기	1,020개
조사기간	2017.01.16 ~ 2017.01.31
조사수행기관	(주)리서치랩

2) 표본설계

- 7개 특·광역시¹⁾의 소규모 사업체 대상(10인 미만)으로 청탁금지법과 관련하여 직접적 피해가 예상되는 업종을 선정 하였으며, 지역별 소규모 사업체 비율을 고려한 임의 할당 실시함.

업종명	세부업종	전체	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산
음식점업 ¹⁾	한식전문점	119	44	19	16	12	8	10	10
	일식전문점	101	39	17	11	10	8	8	8
	중식전문점	101	39	17	12	9	8	8	8
	양식전문점	82	32	14	10	8	6	6	6
	주점업 및 비알콜 음료점	50	19	8	6	5	4	4	4
음식료품 소매업	육류소매업	60	23	9	7	6	5	5	5
	수산물소매업	40	15	7	5	4	3	3	3
	건강보조식품소매업	40	15	7	5	4	3	3	3
	과실 및 채소 소매업	40	15	7	5	4	3	3	3
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	40	15	7	5	4	3	3	3
전문상품 소매업	화초 및 산식물 소매업	110	41	19	12	11	9	9	9
	선물용품 소매업	41	16	7	5	4	3	3	3
	화장품전문점	40	15	7	5	4	3	3	3
	제과점	30	11	4	3	3	3	3	3
음식료품 도매업	육류도매업	40	15	7	5	4	3	3	3
	수산물 도매업	40	15	7	5	4	3	3	3
	기타 가공 식품 도매업	6	0	0	0	0	3	0	3
기타서비스업	기타서비스업	40	15	7	5	4	3	3	3
총계		1,020	384	170	122	100	81	80	83

1) 음식점업의 경우 종사자 수를 고려하여 종사자 수를 0~4인, 5~9인으로 구분 후 5:5 비율로 임의 할당 하여 조사를 실시함(대표자 제외 _ 급여를 받는 근로자로 일용직, 아르바이트, 계약직등 모두 포함하여 조사를 실시).

3. 조사내용

- 청탁금지법 시행 전후 소상공인 경영실태 조사 내용은 아래와 같으며, 정량조사와 정성조사(피해사례 발굴)로 구분하여 조사를 실시함.

구분	내용	비고
사업체 일반현황	▪ 소재지 ▪ 업종 ▪ 창업년월 ▪ 사업체 형태 ▪ 사업체 유형 ▪ 입지유형	정량조사
청탁금지법 관련 조사 내용	▪ 사업체 운영기간 ▪ 「부정청탁 및 금품 등 수수의 금지에 관한 법률」 (이하 '청탁금지법', 일명 '김영란법') 인지도 ▪ 사업체 고객층 ▪ 「청탁금지법」 시행 전·후 매출액²⁾, 영업이익³⁾, 고객 수⁴⁾, 종업원 수⁵⁾ 현황 ▪ 전년대비 경영성과(매출액, 영업이익, 고객 수) ▪ 경영활동 어려움 감내 기간 ▪ 경영활동 어려움 대처 방안 ▪ 「청탁금지법」의 부정청탁 방지 효과 ▪ 「청탁금지법」 필요성 ▪ 「청탁금지법」 가액범위(음식물, 선물, 경조사비) 적정성 ▪ 「청탁금지법」 가액범위 적정 수준(음식물, 선물, 경조사비) ▪ 「청탁금지법」 관련 정부의 우선 추진 정책 ▪ 「청탁금지법」 시행으로 인한 직, 간접적 영향	정량조사
피해사례 발굴	▪ 청탁금지법과 관련된 피해사례	정성조사

2) 상품 등의 판매 또는 용역의 제공으로 실현된 금액을 의미(영업외 수익 제외)

3) 매출총액에서 매출원가 및 일반관리비를 뺀 것, 단 사업주 인건비는 영업이익에 포함

4) 사업장을 방문하여 상품을 구매한 고객(비구매자 제외)

5) 명칭과 신분을 불문하고 급여를 받는 근로자(일용직, 아르바이트, 계약직등 모두포함)

4. 응답자 특성

- 청탁금지법 시행에 따른 소상공인 경영실태 조사 대상별 응답자 특성은 다음과 같음.

구분		사례수(개)	비율(%)
전체		(1,020)	100.0
사업체 규모	소상공인	(784)	76.9
	소기업	(236)	23.1
업종	음식점업	(453)	44.4
	음식료품 소매업	(220)	21.6
	전문상품 소매업	(221)	21.7
	음식료품 도매업	(86)	8.4
	기타 서비스업	(40)	3.9
세부업종	한식전문점	(119)	11.7
	일식전문점	(101)	9.9
	중식전문점	(101)	9.9
	양식전문점	(82)	8.0
	주점업 및 비알콜 음료점	(50)	4.9
	육류소매업	(60)	5.9
	수산물소매업	(40)	3.9
	건강보조식품소매업	(40)	3.9
	과실 및 채소 소매업	(40)	3.9
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(40)	3.9
	화초 및 산식물소매업	(110)	10.8
	선물용품 소매업	(41)	4.0
	화장품전문점	(40)	3.9
	제과점	(30)	2.9
	육류도매업	(40)	3.9
	수산물 도매업	(40)	3.9
	기타 가공식품 도매업	(6)	0.6
	기타서비스업	(40)	3.9
지역	서울	(384)	37.6
	부산	(170)	16.7
	대구	(122)	12.0
	인천	(100)	9.8
	광주	(81)	7.9
	대전	(80)	7.8
	울산	(83)	8.1
사업체 형태	법인	(56)	5.5
	개인	(964)	94.5
사업체 유형	독립점포	(848)	83.1
	프랜차이즈 가맹점	(172)	16.9
입지 유형	전통시장	(226)	22.2
	백화점 및 집합상가	(91)	8.9
	일반상가	(692)	67.8
	지하상가	(11)	1.1

5. 자료처리 및 통계분석

- 자료검수 및 확인
 - 조사된 가족기업의 모든 자료에 대해 신뢰도를 검증하기 위해 유선검증을 통한 자료 검수 작업을 실시하였으며 부실 자료에 대한 재확인과 보완을 거친 후 최종 유효 자료에 대해 통계처리 함.
- 자료처리
 - 조사된 자료는 Coding, Punching, Editing 과정을 거쳤으며, 최종 확인과 검증을 거친 자료에 대해 EXCEL 및 SPSS 사회과학 통계프로그램을 이용하여 통계분석을 실시하여 보고서를 작성함.

6. 주의사항

- 본 보고서에 수록된 통계표의 모든 통계수치는 소수 둘째 자리에서 반올림하였기 때문에 세부항목의 합과 전체 합계가 일치되지 않을 수 있음.
- 본 보고서의 소기업, 소상공인 구분의 경우 소상공인의 정의(본 조사에서 소상공인의 정의는 소기업 중에서도 규모가 특히 작은 기업이라든지 생업적 업종을 영위하는 자영업자들로서 도·소매업, 음식업, 숙박업, 서비스업의 경우 상시근로자 5인 미만 사업자를, 광업, 제조업, 건설업 및 운수업의 경우는 상시근로자 10인 미만 사업자를 말한다(소기업 및 소상공인지원을 위한 특별조치법 시행령 제2조) _ 본 조사에서 광업, 건설업, 운수업, 제조업 등 일부 업종은 조사 하지 않음)를 벗어난 5~10인 미만의 기업체를 소기업으로 정의하였으며, 소상공인 소기업 분류는 '16년 12월 종사자 수를 기준하여 분류함(조사시기('17.1월)와의 시점 차이로 인해 분석단계에서 소기업, 소상공인 사업체 수의 차이가 발생할 수 있음).
- 단수응답의 경우 소수 둘째 자리에서 반올림하여 합계가 100에서 ± 0.1 차이가 발생할 수 있으며, 중복응답의 경우 전체 합이 100%가 넘을 수 있음. (차트와 테이블에 중복응답으로 표기함)
- 리커드 척도 문항(5점 척도 문항)의 경우 100점 만점으로 환산할 경우 아래의 배점을 사용하여 평균점수를 제시함.
 - ['1점' 0점, '2점' 25점, '3점' 50점, '4점' 75점, '5점' 100점]
- 집단간 비교 분석에서 사례수 30개 미만인 경우 사례수가 적어 해석에 주의를 요함.

7. 「청탁금지법」(일명 ‘김영란법’)에 대한 이해

1) 청탁금지법 시행

- 부정청탁⁷⁾ 및 금품⁸⁾ 등 수수의 금지에 관한 법률(청탁금지법·김영란법)⁶⁾은 2015년 3월 3일 국회 본회의에서 통과돼 3월 27일 공포됐다. 2011년 6월 김영란 당시 국민권익위원장이 처음 제안하고 2012년 발의한 법이어서 ‘김영란법’이라고 불린다. 이 법은 1년 6개월의 유예 기간을 거쳐 2016년 9월 28일부터 시행됐다.

2) 법안 주요 내용

- ‘김영란법’은 크게 ▷금품 수수 금지 ▷부정청탁 금지 ▷외부강의 수수료 제한 등의 세 가지 축으로 구성돼 있다.
- 우선 공직자를 비롯해 언론인·사립학교 교직원 등 법안 대상자들이 직무 관련성이나 대가성에 상관없이 1회 100만 원(연간 300만 원)을 초과하는 금품을 수수하면 형사 처벌(3년 이하의 징역 또는 3000만 원 이하의 벌금)을 받도록 규정했다. 또 직무 관련자에게 1회 100만 원(연간 300만 원) 이하의 금품을 받았다면 대가성이 입증되지 않더라도 수수금액의 2~5배를 과태료로 물도록 했다. 다만, 원활한 직무 수행, 사교·의례·부조 등의 목적으로 공직자에게 제공되는 금품의 상한액을 설정했다. 식사·다과·주류·음료 등 음식물은 3만원, 금전 및 음식물을 제외한 선물은 5만원, 축의금·조의금 등 부조금과 화환·조화를 포함한 경조사⁹⁾비는 10만원이 기준이다. 한편, 금품과 향응을 받은 공직자뿐만 아니라 부정청탁을 한 사람에게도 과태료가 부과된다. 또

6) 출처 : [네이버 지식백과] 부정청탁 및 금품 등 수수의 금지에 관한 법률(김영란법)

7) 부정청탁이란 법에 열거된 14가지 대상직무에 대하여 법령을 위반하게 하거나 지위와 권한을 남용하게 하는 행위로, ‘법에 열거된 14가지 대상직무’란 인가·허가 등 직무 처리, 행정처분·형벌과 감경·면제, 채용·승진 등 인사개입, 공공기관 의사결정 관여직위 선정·탈락에 개입, 공공기관 주관 수상·포상 등 선정·탈락에 개입, 입찰·경매 등에 관한 직무상 비밀 누설, 특정인 계약 당사자 선정·탈락에 개입, 보조금등의 배정·자원 투자등에 개입, 공공기관이 생산·공급하는 재화 및 용역의 비정상적 거래, 학교 입학·성적 등 업무 처리조작, 징병검사 등 병역관련 업무 처리, 공공기관이 실시하는 각종평가·판정 업무 개입, 행정지도·단속 등 대상 선정 배제 위법사항 묵인, 사건의 수사·재판등 업무처리를 말함.

8) 청탁금지법에 포함된 금품은 [부정청탁 및 금품등 수수의 금지에 관한 법률] 1장 2조 3항에 따라 금품은 재산적 이익, 경제적 이익, 편의 제공으로 나누어지며, 경제적 이익에 속하는 것들은 금전, 유가증권, 부동산, 물품, 숙박권, 회원권, 입장권, 할인권, 초대권, 관람권, 부동산 등의 사용권 등 일체를 말함.

9) 경조사비를 수수할 수 있는 범위는 결혼과 장례에 한정되며, 생일, 돌, 회갑, 집들이, 승진, 전보, 퇴직, 출판기념회 등은 경조사에 해당하지 않음.

한 공직자는 배우자가 금품을 받은 사실을 알면 즉시 신고해야 하며, 신고 의무를 어길 시에는 형사처벌 또는 과태료 처분을 받게 된다.

- 또한, 법안은 누구나 직접 또는 3자를 통해 공직자 등에게 부정청탁을 해선 안 된다고 규정하고, 부정청탁 대상 직무를 인·허가, 인사 개입, 수상·포상 선정, 학교 입학·성적 처리 등 총 14가지로 구분했다. 다만 공개적으로 요구하거나 공익적 목적으로 고충 민원을 전달하는 행위 등 5가지 행위에 대해서는 부정청탁의 예외 사유로 인정했다.
- 외부강의의 경우 사례금 상한액은 장관급 이상은 시간당 50만 원, 차관급과 공직유관단체 기관장은 40만 원, 4급 이상 공무원과 공직유관단체 임원은 30만 원, 5급 이하와 공직유관단체 직원은 20만 원으로 제한했다. 사립학교 교직원, 학교법인 임직원, 언론사 임직원의 외부강의 사례금 상한액은 시간당 100만 원이다.

3) 적용대상

- 국민권익위원회는 2016년 9월 5일 김영란법의 적용 대상 기관 4만 919곳을 공개했다. 공공 분야는 ▷국회·법원·헌법재판소·감사원·선관위·인권위 등 6곳 ▷중앙행정기관 42곳 ▷광역·기초 지방자치단체와 시·도교육청 260곳 등이다. 공직유관단체 982곳과 공공기관 321곳도 포함됐으며, 국회의원도 적용 대상이다. 법 적용을 받는 각급 학교는 총 2만 2,412곳으로 유치원 8,930곳, 초·중·고등학교 1만 1,799곳, 외국인학교 44곳, 일반대·전문대·대학원 398곳, 사립학교 1,211곳, 기타 학교 30곳 등이다. 언론사는 '언론 중재 및 피해 구제 등에 관한 법률(언론중재법)'의 적용을 받는 곳(1만 7,210곳)이 모두 포함됐다.

제2장. 요약 및 결론

□ 청탁금지법 인지도

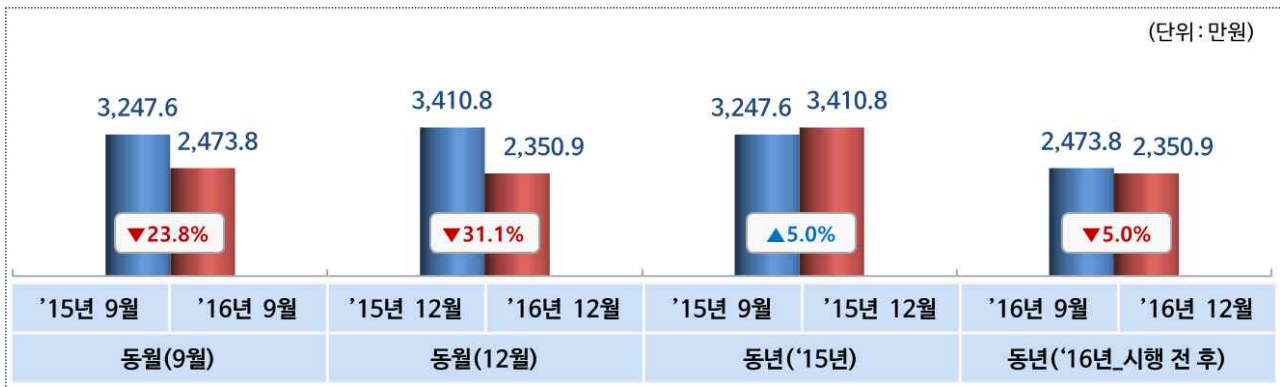
- 「부정청탁 및 금품 등 수수의 금지에 관한 법률」(이하 ‘청탁금지법’, 일명 ‘김영란 법’)에 대한 인지도를 조사한 결과, 99.3%는 청탁금지법을 인지하고 있음.
- 청탁금지법 인지도는 높으나 일부 소기업 및 소상공인의 경우 정확한 대상이나 정확한 적용요건 등에 대해서 알지 못해 소기업 및 소상공인은 법령해설 및 적용에 대한 홍보 및 교육이 필요하다고 말하고 있음(청탁금지법 관련 정부 건의사항에서 법령해설 및 적용에 대한 홍보 및 교육이 필요하다고 응답한 비율이 20.5%로 조사되었음).

□ 주요 고객층 및 경영현황

- 「청탁금지법」으로 피해를 입은 업종들의 주요 고객층을 파악한 결과, 기타민간인이 81.0%, 공무원/공공기관 직원 11.0%, 교사/교수/교직원 5.5%, 언론사 직원 2.5%로 소기업 및 소상공인들의 고객 중 청탁금지법 대상 고객은 약 20% 수준인 것으로 나타남.
- 청탁금지법 시행 후 경영 상태를 조사한 결과, 59.8%는 경영이 어려워 졌다고 응답했으며, 특히 소기업(어렵다, 54.2%)보다 소상공인(어렵다, 61.4%)이 더 어려워진 것으로 나타남.
- 소기업 및 소상공인들 대부분은 청탁금지법으로 피해를 입은 것으로 나타났으며, 이는 청탁금지법 시행이 공직자뿐만 아니라 민간 영역으로까지 확대되어 제재의 경계가 모호해 관계없는 사람들도 영향을 받고 있음. 특히 적용대상이 아님에도 정확한 기준을 몰라서 조심하는 현상도 나타나고 있는 것으로 추측됨.
- 소기업 및 소상공인들은 경기가 침체되어 내수 활성화 방안을 모색해도 모자랄 판에 실정에 맞지 않는 내수시장을 위축시키는 청탁금지법을 시행하고 있다고 불만을 토로하고 있으며, 현재 시행중인 청탁금지법을 합리적인 수준으로 개선될 때까지 문제점을 파악하고 지속적으로 법을 개정해야 한다고 말하고 있음.

□ 매출액 현황

- '15년 9월, 12월에는 매출이 5.0% 증가한데 반해, '16년 동기간에는 매출이 5.0% 감소한 점을 감안할 경우 법 시행으로 인한 매출은 약 10%정도 감소한 것으로 나타남.
- 동월('15년 대비 '16년 매출액) 매출액을 비교한 결과, 매출액은 지속적으로 감소하고 있으며, 이는 지속적인 경기 침체 때문인 것으로 추측되며, 지속적 경기침체에도 불구하고 '15년 동년('15년 9월 대비 12월) 매출액은 증가했으며, 이는 연말 특수효과 때문에 매출액이 상승한 것으로 추측됨. 반면 '16년 동년('16년 9월 대비 12월)의 경우 청탁금지법 시행 전·후 시기로 이 시기의 경우 청탁금지법 영향으로 연말 특수 효과도 사라져 매출액은 더 악화되었으며, 이로 인해 소기업 및 소상공인의 경영은 더욱 악화 되고 있는 것으로 추측됨.
- 특히 소기업보다 소상공인의 매출액이 더 많이 감소한 것으로 보아 사업체 규모가 작을수록 청탁금지법으로 인한 피해가 큰 것으로 나타남.

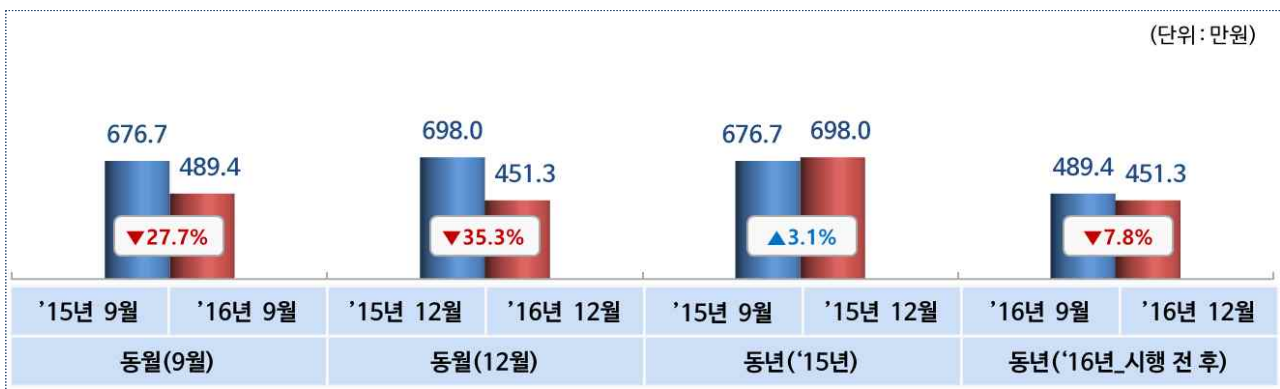


	평균 매출액(만원)				증감률(%)			
	'15년 9월	'15년 12월	'16년 9월	'16년 12월	동월(9월)	동월(12월)	동년('15년)	동년('16년_시행전후)
전체	3,247.6	3,410.8	2,473.8	2,350.9	-23.8	-31.1	5.0	-5.0
사업체 규모								
소상공인	2,468.0	2,545.9	1,828.6	1,683.4	-25.9	-33.9	3.2	-7.9
소기업	6,359.1	6,862.5	5,048.6	5,014.8	-20.6	-26.9	7.9	-0.7

* 증감률 예시(%) = ('16년 12월 - '16년 9월)/'16년 9월 X 100

□ 영업이익 현황

- 경기 악화로 인하여 '15년 대비 '16년 영업이익도 지속적으로 감소하고 있으며, 특히 청탁금지법 전후로 더 악화 된 것으로 조사됨.
- 소상공인의 경우 매출액 감소폭보다 영업이익의 감소폭이 더 크게 나타났으며, 기업 규모가 작을수록 사업체 운영의 기본이 되는 영업이익에 대한 피해는 더 크며 이로 인해 사업체 운영에 더 큰 애로점을 가지는 것으로 추측됨.
- 특히 소기업 및 소상공인 모두 매출액 감소폭보다 영업이익의 감소폭이 더 크게 나타났으며, 이는 매출액은 지속적으로 감소한 반면, 인건비 자재비 등의 고정비는 지속적으로 증가하여 영업이익의 감소폭이 더 큰 것으로 추측됨.



		월 평균 영업이익(만원)				증감률(%)			
		'15년 9월	'15년 12월	'16년 9월	'16년 12월	동월 (9월)	동월 (12월)	동년 ('15년)	동년('16년_시행전후)
전체		676.7	698.0	489.4	451.3	-27.7	-35.3	3.1	-7.8
사업체 규모	소상공인	554.9	567.5	394.4	346.6	-28.9	-38.9	2.3	-12.1
	소기업	1,162.9	1,219.1	868.7	868.7	-25.3	-28.7	4.8	0.0

* 증감률 예시(%) = ('16년 12월 - '16년 9월)/'16년 9월 × 100

□ 고객 수 현황

- 경기가 악화되면서 '15년 대비 '16년 고객 수는 큰 폭으로 감소하였음. 또한 청탁 금지법 이후 고객 수는 더 많이 감소한 것으로 나타남.
- 청탁금지법 시행 전후 소기업의 경우 고객수가 1.2% 상승하였지만, 소상공인은 10.1% 감소하여 소상공인의 피해가 더 큰 것으로 나타남.
- 고객 수 감소폭의 경우 매출액이나, 영업이익 대비 상대적으로 낮은 편으로 이는 감소한 고객이 대부분이 고액 사용자(회식, 기타 접대 등)인 것으로 추측됨.



		일 평균 고객 수(명)				증감률(%)			
		'15년 9월	'15년 12월	'16년 9월	'16년 12월	동월 (9월)	동월 (12월)	동년 ('15년)	동년('16년_시행전후)
전체		71.3	72.4	55.3	52.2	-22.4	-27.9	1.5	-5.6
사업체 규모	소상공인	55.0	55.2	41.4	37.2	-24.7	-32.6	0.4	-10.1
	소기업	136.5	140.6	110.9	112.2	-18.8	-20.2	3.0	1.2

* 증감률 예시(%) = ('16년 12월 - '16년 9월)/'16년 9월 × 100

□ 종업원 수 현황

- 청탁금지법 시행 전후 종업원 수 변화를 살펴본 결과, 평균 9.6%가 감소한 것으로 나타났으며, 소상공인은 11.3%, 소기업은 8.3%가 감소함.
- 경영상태가 어려워지면서 이를 극복하기 위해서 주로 종업원 수를 줄이고 가족경영형태로 사업체를 운영하고 있는 것으로 추측됨(경영활동 어려움 극복방안으로 사업을 축소한다고 응답한 비율이 22.6%로 나타났으며, 정성조사 결과 경영상태가 어려워지면 가장 먼저 종업원 수를 줄여 인건비를 절감하여 사업체를 운영하고 있는 경우가 많았음).

		'16년 9월(①)	'16년 12월(②)	차이(②-①)	증감률(%)
전체		2.55명	2.31명	-0.25명	-9.6
사업체 규모	소상공인	1.45명	1.29명	-0.16명	-11.3
	소기업	6.69명	6.13명	-0.55명	-8.3

* 증감률(%) = ('16년 12월 - '16년 9월)/'16년 9월 X 100

□ 경영성과 악화요인 및 대응방안

- '15년 12월 대비 '16년 경영성과에 영향을 미치는 요인을 조사한 결과, 43.5%는 청탁금지법으로 경영이 악화되었다고 응답했으며, 56.5%는 청탁금지법 이외 요인으로 경영이 악화 되었다고 응답함.
- 소기업 및 소상공인의 33.8%는 경영활동 어려움이 지속될 경우 1년 이상 감내할 수 있다고 응답함.
- 경영활동 어려움 극복방안으로 소상공인의 경우 특별한 대안이 없다고 응답한 비율이 46.9%로 가장 높게 나타났으며, 소기업은 사업을 축소한다고 응답한 비율이 42.2%로 가장 높게 나타남.
- 청탁금지법은 청렴성을 제고하기 위해 마련된 개혁 차원의 법이지만 사회적 법 시행에 따른 피해 감수 대상이 주로 영세한 소기업 및 소상공인들로 이를 보완하기 위해 소기업 및 소상공인들의 특성에 맞는 청탁금지법 개정이 필요함.

□ 청탁금지법의 부정청탁 방지효과

- 청탁금지법이 부정청탁을 방지하는데 효과가 있는지 조사한 결과, 36.9%는 효과가 있다, 25.1%는 보통이다, 39.2%는 효과가 없다고 응답함.
- 청탁금지법의 부정청탁 방지 효과에 대해 긍정적인 인식과 부정적인 인식이 양립하고 있어 청탁금지법을 시행함으로써 부정청탁의 문제점을 해결하기에 앞서 청탁금지법에 대한 소기업 및 소상공인들의 인식을 좀 더 개선할 필요성이 있음.

□ 청탁 금지법 개선 필요성

- 청탁금지법의 개선 필요성을 조사한 결과, 62.7%는 개선이 필요하다고 응답함.
- 소기업 및 소상공인들 사이에 청탁금지법에 대해 개선이 필요하다는 의견은 많으며, 이는 단순히 법에 대해 부정하는 것이 아니라, 가뜰이나 경제가 어려워 내수 활성화 방안을 모색해도 부족할 지경에 청탁금지법을 시행함으로써 내수를 위축시키는 결과를 초래하고 있다고 생각하기 때문인 것으로 나타남. 또한 청탁금지법은 소기업 및 소상공인들의 특성을 전혀 고려하지 않고 만든 법이라고 생각하고 있어 소기업 및 소상공인에 맞는 법 개정이 필요함.

□ 현행 가액 범위 적정성

- 현행 가액 범위(음식물 3만원, 선물 5만원, 경조사비 10만원)에 대해 33.6%만이 적정하다고 응답했으며, 66.4%는 적정하지 않다고 응답함.
- 소기업 및 소상공인들은 음식물, 선물, 경조사비 가액범위를 올려야 된다고 생각하고 있음. 현재 시행중인 천편일률적인 잣대를 적용하면 피해를 받는 업종 대부분은 영세한 소기업 및 소상공인들이 될 것임. 따라서 청탁금지법은 소기업 및 소상공인의 업종, 판매 품목 특성에 따라 예외를 적용하는 등 소기업 및 소상공인들의 현실을 반영한 법으로 개정 되어야 함.
- 가장 개선이 필요한 부분도 음식물, 선물 등에 관한 가액범위 기준을 현실에 맞게 조정해야 한다는 의견이 64.8%(중복응답 기준)로 가장 높게 나왔음
- 또한 선물 같은 경우 상한가를 제한한다면, 금액이 얼마인지 모르는 상황에서 공직자와 사립 교원, 언론인등 모두가 직무 관계자들과의 만남을 기피하게 될 것이며, 특히, 받는 입장에서는 선물의 금액을 모르기 때문에 금액과 상관없이 선물을 반품하는 행태도 나타날 수 있으며, 이로 인해 소비심리는 더욱 위축될 것임.

		희망 가액 금액(음식물)	희망 가액 금액(선물)	희망 가액 금액(경조사비)
전체		6.3만원	11.5만원	12.6만원
사업체 규모	소상공인	6.2만원	11.5만원	12.7만원
	소기업	6.8만원	11.4만원	12.2만원

□ 청탁금지법 관련 정부 우선 추진 정책

- 「청탁금지법」과 관련하여 정부가 우선적으로 추진해야 할 정책에 대해, 음식물, 선물 등에 관한 가액 범위 기준을 현실에 맞게 상향조정이 필요하다는 의견이 52.9%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 피해가 있는 업종, 품목에 대한 적용 예외 인정 19.1%, 피해 업종에 대한 간접적 지원책 마련 11.6% 등의 순으로 나타남 (1순위 기준).
- 기타 의견으로는 청탁금지법 폐지, 고위 관료직만 해당하게 청탁금지법 개정, 청렴 기구 설치 후 특별관리, 공무원 인식강화, 경기회복을 위한 지원 정책 등이 있음.

제3장. 조사 결과

제1절. 조사 결과

1. 청탁금지법 인지도¹⁰⁾

- 지난해 9.28일 시행된 「부정청탁 및 금품 등 수수의 금지에 관한 법률」(이하 ‘청탁금지법’, 일명 ‘김영란 법’)에 대해 알고 있는지 조사한 결과, 잘 알고 있다고 응답한 비율이 58.8%로 가장 높게 나타남.
- 다음으로 매우 알고 있다 28.6%, 보통이다 11.8% 순임.
- 반면 모른다고 응답한 비율은 0.8%(전혀 모른다 + 잘 모르고 있다)로 아주 낮은 수준임.

【그림 2】 청탁금지법 인지도

(Base : 전체응답자(N=1,103), 단위 : %)



- 사업체 규모별로 살펴보면, 소기업, 소상공인 모두 100.0% 인지하고 있음.

【표 2】 청탁금지법 인지도 - 사업체 규모별

(Base : 전체응답자(N=1,103), 단위 : %)

		사례수	전혀 모른다	잘 모르고 있다	보통이다 (①)	잘 알고 있다(②)	매우 잘 알고 있다 (③)	인지 (①+②+③)
전체		(1,103)	0.5	0.3	11.8	58.8	28.6	99.3
사업체 규모	소상공인	(784)	0.0	0.0	10.6	60.1	29.3	100.0
	소기업	(236)	0.0	0.0	11.0	60.6	28.4	100.0
	무응답	(83)	6.0	3.6	25.3	42.2	22.9	90.4

10) 인지도 측정을 위해 조사 시 별도시트를 이용하여 조사 대상자(청탁금지법 인지자)가 아니거나 조사 거절자에게 청탁금지법에 대한 인지도를 질문하여 측정하였음.

- 업종별로 살펴보면, 거의 모든 업종에서 청탁금지법을 인지하고 있으며, 음식료품 소매업의 경우 청탁금지법을 인지하는 비율이 97.1%로 타 업종 대비 상대적으로 낮게 나타남.

【표 3】 청탁금지법 인지도 - 업종별

(Base : 전체응답자(N=1,103), 단위 : %)

		사례수	전혀 모른다	잘 모르고 있다	보통이다 (①)	잘 알고 있다(②)	매우 잘 알고 있다 (③)	인지 (①+②+③)
전체		(1,103)	0.5	0.3	11.8	58.8	28.6	99.3
업종	음식점업	(498)	0.2	0.0	13.7	59.4	26.7	99.8
	음식료품 소매업	(245)	1.6	1.2	13.9	58.0	25.3	97.1
	전문상품 소매업	(227)	0.0	0.0	8.4	55.5	36.1	100.0
	음식료품 도매업	(90)	0.0	0.0	8.9	54.4	36.7	100.0
	기타서비스업	(43)	0.0	0.0	2.3	83.7	14.0	100.0

- 세부업종별로 살펴본 결과, 수산물 소매업의 경우 청탁금지법을 인지하는 비율이 91.7%로 가장 낮은 것으로 나타남.

【표 4】 청탁금지법 인지도 - 세부업종별

(Base : 전체응답자(N=1,103), 단위 : %)

		사례수	전혀 모른다	잘 모르고 있다	보통이다 (①)	잘 알고 있다 (②)	매우 잘 알고있다 (③)	인지 (①+②+③)
전체		(1,103)	0.5	0.3	11.8	58.8	28.6	99.3
세부 업종	한식전문점	(126)	0.0	0.0	13.5	65.1	21.4	100.0
	일식전문점	(109)	0.9	0.0	15.6	56.0	27.5	99.1
	중식전문점	(118)	0.0	0.0	11.9	55.9	32.2	100.0
	양식전문점	(91)	0.0	0.0	15.4	58.2	26.4	100.0
	주점업 및 비알콜 음료점	(54)	0.0	0.0	11.1	63.0	25.9	100.0
	육류소매업	(65)	0.0	0.0	9.2	66.2	24.6	100.0
	수산물소매업	(48)	8.3	0.0	16.7	54.2	20.8	91.7
	건강보조식품소매업	(46)	0.0	2.2	10.9	41.3	45.7	97.8
	과실 및 채소 소매업	(44)	0.0	4.5	15.9	54.5	25.0	95.5
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(42)	0.0	0.0	19.0	71.4	9.5	100.0
	화초 및 산식물 소매업	(111)	0.0	0.0	1.8	49.5	48.6	100.0
	선물용품 소매업	(44)	0.0	0.0	9.1	72.7	18.2	100.0
	화장품전문점	(41)	0.0	0.0	22.0	58.5	19.5	100.0
	제과점	(31)	0.0	0.0	12.9	48.4	38.7	100.0
	육류도매업	(41)	0.0	0.0	12.2	56.1	31.7	100.0
	수산물 도매업	(42)	0.0	0.0	4.8	59.5	35.7	100.0
	기타 가공 식품 도매업	(7)	0.0	0.0	14.3	14.3	71.4	100.0
	기타서비스업	(43)	0.0	0.0	2.3	83.7	14.0	100.0

○ 지역별로 살펴보면, 거의 대다수 청탁금지법을 인지하고 있음.

【표 5】 청탁금지법 인지도 - 지역별

(Base : 전체응답자(N=1,103), 단위 : %)

		사례수	전혀 모른다	잘 모르고 있다	보통이다 (①)	잘 알고 있다(②)	매우 잘 알고 있다 (③)	인지 (①+②+③)
전체		(1,103)	0.5	0.3	11.8	58.8	28.6	99.3
지역	서울	(384)	0.0	0.0	10.2	75.5	14.3	100.0
	부산	(170)	0.0	0.0	24.7	54.1	21.2	100.0
	대구	(122)	0.0	0.0	14.8	57.4	27.9	100.0
	인천	(100)	0.0	0.0	2.0	85.0	13.0	100.0
	광주	(81)	0.0	0.0	6.2	22.2	71.6	100.0
	대전	(80)	0.0	0.0	3.8	58.8	37.5	100.0
	울산	(83)	0.0	0.0	0.0	14.5	85.5	100.0
	무응답	(83)	6.0	3.6	25.3	42.2	22.9	90.4

○ 입지유형별로 살펴보면, 전통시장 내 위치한 점포의 경우 청탁금지법을 인지하는 비율이 97.1%로 가장 낮은 것으로 조사되었음.

【표 6】 청탁금지법 인지도 - 세부집단별

(Base : 전체응답자(N=1,103), 단위 : %)

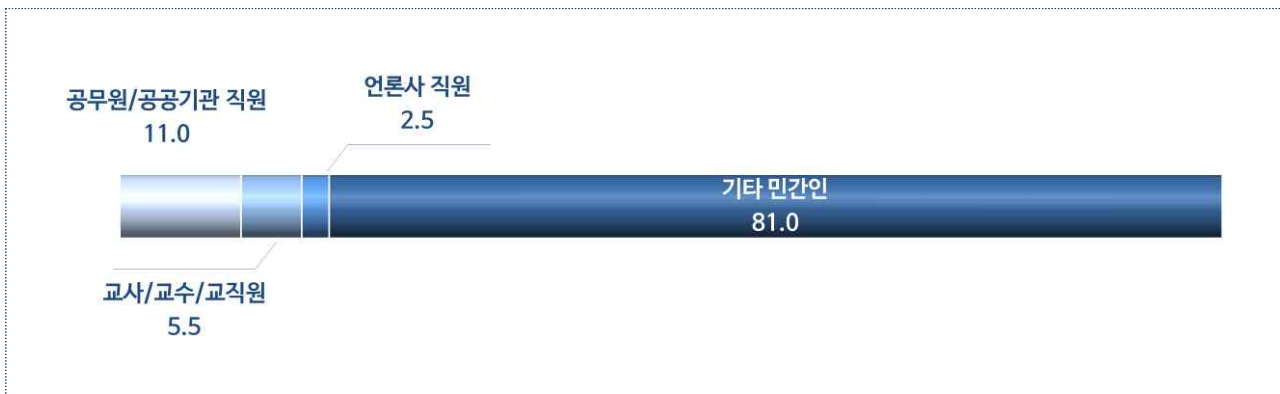
		사례수	전혀 모른다	잘 모르고 있다	보통이다 (①)	잘 알고 있다(②)	매우 잘 알고 있다 (③)	인지 (①+②+③)
전체		(1,103)	0.5	0.3	11.8	58.8	28.6	99.3
사업체 형태	법인	(56)	0.0	0.0	3.6	35.7	60.7	100.0
	개인	(964)	0.0	0.0	11.1	61.6	27.3	100.0
사업체 유형	독립점포	(909)	0.6	0.3	11.3	59.5	28.3	99.1
	프랜차이즈 가맹점	(194)	0.0	0.0	13.9	55.7	30.4	100.0
입지 유형	전통시장	(240)	1.7	1.3	13.8	56.3	27.1	97.1
	백화점 및 집합상가	(93)	0.0	0.0	10.8	57.0	32.3	100.0
	일반상가	(755)	0.1	0.0	11.3	59.7	28.9	99.9
	지하상가	(15)	0.0	0.0	13.3	66.7	20.0	100.0

2. 사업체 고객층

- 「청탁금지법」으로 피해를 입은 업종의 주요 고객층을 조사한 결과, 민간인 81.0%, 공무원/공공기관 직원 11.0%, 교사/교수/교직원 5.5%, 언론사 직원 2.5%로 구성됨.

【그림 3】 사업체 고객층

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)



- 소상공인, 소기업 사업체의 주요 고객층은 기타 민간인으로 나타남.
- 소상공인 대비 소기업의 경우 청탁금지법 적용 대상인, 공무원/공공기관 직원, 교사/교수/교직원, 언론사 고객의 비율이 상대적으로 더 높게 나타남.

【표 7】 사업체 고객층 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)

	사례수	공무원/ 공공기관 직원	교사/교수/ 교직원	언론사 직원	기타 민간인
전체	(1,020)	11.0	5.5	2.5	81.0
사업체 규모					
소상공인	(784)	10.2	5.2	2.4	82.2
소기업	(236)	13.8	6.2	2.8	77.3

- 업종별로 살펴보면, 음식료품 도매업의 경우 기타 민간인 비율이 가장 높음.
- 반면, 청탁금지법 적용 대상고객의 비율은 전문상품 소매업이 25.0% 가장 높은 것으로 나타남.

【표 8】 사업체 고객층 - 업종별

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)

		사례수	공무원/ 공공기관 직원	교사/교수/ 교직원	언론사 직원	기타 민간인
	전체	(1,020)	11.0	5.5	2.5	81.0
업종	음식점업	(453)	13.8	5.5	2.4	78.3
	음식료품 소매업	(220)	6.5	4.5	1.8	87.2
	전문상품 소매업	(221)	13.2	7.8	4.0	75.0
	음식료품 도매업	(86)	3.8	1.9	1.0	93.3
	기타서비스업	(40)	8.3	5.4	1.7	84.6

- 세부 업종별로 살펴보면, 기타 가공 식품 도매업의 경우 기타 민간인 비율이 가장 높은 것으로 나타남.
- 반면, 청탁금지법 적용 대상고객의 비율은 화초 및 산식물 소매업이 가장 높은 것으로 나타남.

【표 9】 사업체 고객층 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)

		사례수	공무원/ 공공기관 직원	교사/교수/ 교직원	언론사 직원	기타 민간인
	전체	(1,020)	11.0	5.5	2.5	81.0
세부 업종	한식전문점	(119)	16.8	5.3	2.5	75.4
	일식전문점	(101)	16.2	6.2	2.7	74.9
	중식전문점	(101)	13.8	6.2	2.6	77.5
	양식전문점	(82)	8.3	5.1	2.3	84.2
	주점업 및 비알콜 음료점	(50)	10.9	3.4	1.4	84.3
	육류소매업	(60)	7.7	4.8	1.8	85.8
	수산물소매업	(40)	4.5	2.5	1.8	91.3
	건강보조식품소매업	(40)	8.8	8.8	3.8	78.6
	과실 및 채소 소매업	(40)	7.9	4.0	0.9	87.2
	기타 음식료품 위주 종합 소매업	(40)	2.8	2.5	0.6	94.1
	화초 및 산식물 소매업	(110)	18.4	9.6	5.0	67.0
	선물용품 소매업	(41)	7.2	6.4	3.7	82.6
	화장품전문점	(40)	5.6	3.8	2.0	88.7
	제과점	(30)	12.9	8.3	3.6	75.2
	육류도매업	(40)	4.3	2.2	1.0	92.5
	수산물 도매업	(40)	3.1	1.7	1.1	94.1
	기타 가공 식품 도매업	(6)	5.0	0.8	0.0	94.2
	기타서비스업	(40)	8.3	5.4	1.7	84.6

- 지역별로 살펴보면, 울산지역은 타 지역대비 기타 민간인 비율이 가장 높은 것으로 나타남.
- 반면, 청탁금지법 적용 대상고객의 비율은 광주 지역이 34.4%로 가장 높은 것으로 나타남.

【표 10】 사업체 고객층 - 지역별

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)

		사례수	공무원/ 공공기관 직원	교사/교수/ 교직원	언론사 직원	기타 민간인
전체		(1,020)	11.0	5.5	2.5	81.0
지역	서울	(384)	10.4	4.1	1.7	83.8
	부산	(170)	6.8	4.1	1.6	87.5
	대구	(122)	16.8	9.3	2.7	71.2
	인천	(100)	10.1	4.8	0.5	84.6
	광주	(81)	16.1	9.1	9.2	65.6
	대전	(80)	18.6	8.7	4.6	68.0
	울산	(83)	3.2	3.2	1.3	92.4

- 세부집단별 고객층을 살펴보면, 개인, 프랜차이즈 가맹점의 경우 비교집단 대비 기타 민간인의 비율이 더 높은 것으로 나타남.
- 입지유형별로 살펴보면, 지하상가의 경우 타 입지유형 대비 기타 민간인의 비율이 94.6%로 가장 높은 것으로 나타남.

【표 11】 사업체 고객층 - 세부집단별

(Base : 전체 응답자(n=1,020), 단위 : %)

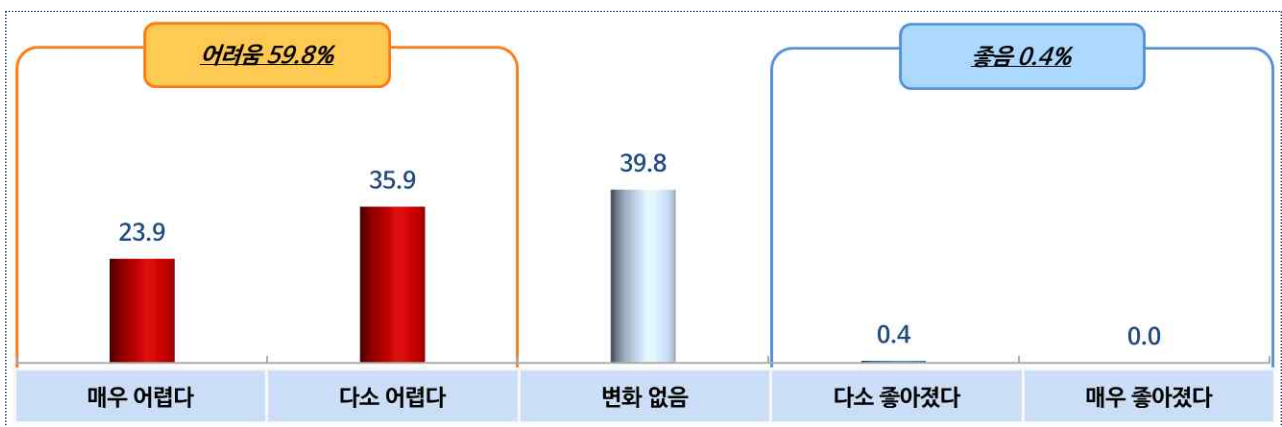
		사례수	공무원/ 공공기관 직원	교사/교수/ 교직원	언론사 직원	기타 민간인
전체		(1,020)	11.0	5.5	2.5	81.0
사업체 형태	법인	(56)	10.9	6.9	4.9	77.3
	개인	(964)	11.0	5.4	2.3	81.3
사업체 유형	독립점포	(848)	11.4	5.6	2.6	80.5
	프랜차이즈 가맹점	(172)	9.4	4.9	2.0	83.7
입지 유형	전통시장	(226)	5.8	3.7	1.3	89.2
	백화점 및 집합상가	(91)	12.7	6.8	3.9	76.5
	일반상가	(692)	12.7	5.9	2.7	78.7
	지하상가	(11)	2.5	2.8	0.0	94.6

3. 청탁금지법 전·후 경영활동

- 「청탁금지법」법 시행 전·후 경영 현황을 조사한 결과, 어렵다고 응답한 비율이 59.8%이며, 이중 23.9%는 매우 어렵다고 응답함.
- 반면 경영상태가 좋아졌다고 응답한 비율은 0.4%로 매우 낮은 수준임.

【그림 4】 청탁금지법 전·후 경영활동

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)



- 사업체 규모별로 살펴보면, 소기업 및 소상공인들 모두 개선되었다는 의견이 1.0% 미만으로 대부분의 사업체가 청탁금지법 이후 경영활동이 어려워진 것으로 나타남.
- 어렵다(매우 어렵다 + 다소 어렵다)고 응답한 비율은 소상공인 61.4%, 소기업 54.2%로 청탁금지법 전·후 소상공인이 경영에 더 어려움을 느끼고 있는 것으로 나타남.

【표 12】 청탁금지법 전·후 경영활동 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)

	사례수	매우 어렵다	다소 어렵다	변화 없음	다소 좋아졌다 (①)	매우 좋아졌다 (②)	개선 (①+②)
전체	(1,020)	23.9	35.9	39.8	0.4	0.0	0.4
사업체 규모							
소상공인	(784)	26.1	35.3	38.3	0.3	0.0	0.3
소기업	(236)	16.5	37.7	44.9	0.8	0.0	0.8

- 업종별로 살펴보면, 음식료품 도매업의 경우 어렵다(매우 어렵다 + 다소 어렵다)고 응답한 비율이 76.7%로 가장 높게 나타남.

【표 13】 청탁금지법 전·후 경영활동 - 업종별

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)

		사례수	매우 어렵다	다소 어렵다	변화 없음	다소 좋아졌다(①)	매우 좋아졌다(②)	개선 (①+②)
	전체	(1,020)	23.9	35.9	39.8	0.4	0.0	0.4
업종	음식점업	(453)	17.2	38.4	43.9	0.4	0.0	0.4
	음식료품 소매업	(220)	22.3	32.3	45.0	0.5	0.0	0.5
	전문상품 소매업	(221)	35.7	28.5	35.7	0.0	0.0	0.0
	음식료품 도매업	(86)	30.2	46.5	22.1	1.2	0.0	1.2
	기타서비스업	(40)	30.0	45.0	25.0	0.0	0.0	0.0

- 세부업종별로 살펴보면, 화초 및 산식물 소매업(매우 어렵다 + 다소 어렵다, 83.7%)이 가장 많은 어려움을 느끼고 있는 것으로 나타남.

【표 14】 청탁금지법 전·후 경영활동 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)

		사례수	매우 어렵다	다소 어렵다	변화 없다	다소 좋아졌다 (①)	매우 좋아졌다 (②)	개선 (①+②)
	전체	(1,020)	23.9	35.9	39.8	0.4	0.0	0.4
세부 업종	한식전문점	(119)	19.3	38.7	41.2	0.8	0.0	0.8
	일식전문점	(101)	29.7	51.5	18.8	0.0	0.0	0.0
	중식전문점	(101)	14.9	36.6	47.5	1.0	0.0	1.0
	양식전문점	(82)	4.9	18.3	76.8	0.0	0.0	0.0
	주점업 및 비알콜 음료점	(50)	12.0	48.0	40.0	0.0	0.0	0.0
	육류소매업	(60)	15.0	40.0	43.3	1.7	0.0	1.7
	수산물소매업	(40)	15.0	22.5	62.5	0.0	0.0	0.0
	건강보조식품소매업	(40)	40.0	27.5	32.5	0.0	0.0	0.0
	과실 및 채소 소매업	(40)	27.5	40.0	32.5	0.0	0.0	0.0
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(40)	17.5	27.5	55.0	0.0	0.0	0.0
	화초 및 산식물 소매업	(110)	58.2	25.5	16.4	0.0	0.0	0.0
	선물용품 소매업	(41)	17.1	31.7	51.2	0.0	0.0	0.0
	화장품전문점	(40)	15.0	15.0	70.0	0.0	0.0	0.0
	제과점	(30)	6.7	53.3	40.0	0.0	0.0	0.0
	육류도매업	(40)	37.5	45.0	17.5	0.0	0.0	0.0
	수산물 도매업	(40)	20.0	52.5	25.0	2.5	0.0	2.5
	기타 가공 식품 도매업	(6)	50.0	16.7	33.3	0.0	0.0	0.0
	기타서비스업	(40)	30.0	45.0	25.0	0.0	0.0	0.0

- 지역별로 살펴보면, 대전지역(매우 어렵다 + 다소 어렵다, 63.8%)이 가장 많은 어려움을 느끼고 있는 것으로 나타남.

【표 15】 청탁금지법 전·후 경영활동 - 지역별

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)

		사례수	매우 어렵다	다소 어렵다	변화 없다	다소 좋아졌다(①)	매우 좋아졌다(②)	개선 (①+②)
전 체		(1,020)	23.9	35.9	39.8	0.4	0.0	0.4
지 역	서울	(384)	24.5	37.5	37.5	0.5	0.0	0.5
	부산	(170)	31.8	25.3	42.4	0.6	0.0	0.6
	대구	(122)	16.4	41.0	41.8	0.8	0.0	0.8
	인천	(100)	20.0	36.0	44.0	0.0	0.0	0.0
	광주	(81)	29.6	29.6	40.7	0.0	0.0	0.0
	대전	(80)	22.5	41.3	36.3	0.0	0.0	0.0
	울산	(83)	16.9	43.4	39.8	0.0	0.0	0.0

- 세부집단별로 살펴보면, 청탁금지법 이후 법인보다는 개인이, 프랜차이즈보다는 독립점포의 경영활동이 더 어려워진 것으로 나타남.
- 입지유형별로 살펴보면, 일반상가의 경우 타 입지유형 대비 경영활동이 어렵다고 응답한 비율이 상대적으로 높게 나타남.

【표 16】 청탁금지법 전·후 경영활동 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)

		사례수	매우 어렵다	다소 어렵다	변화 없다	다소 좋아졌다 (①)	매우 좋아졌다 (②)	개선 (①+②)
전체		(1,020)	23.9	35.9	39.8	0.4	0.0	0.4
사업체 형태	법인	(56)	17.9	32.1	48.2	1.8	0.0	1.8
	개인	(964)	24.3	36.1	39.3	0.3	0.0	0.3
사업체 유형	독립점포	(848)	26.2	36.8	36.6	0.5	0.0	0.5
	프랜차이즈 가맹점	(172)	12.8	31.4	55.8	0.0	0.0	0.0
입지 유형	전통시장	(226)	21.7	34.5	42.9	0.9	0.0	0.9
	백화점 및 집합상가	(91)	23.1	37.4	39.6	0.0	0.0	0.0
	일반상가	(692)	24.7	36.3	38.7	0.3	0.0	0.3
	지하상가	(11)	27.3	27.3	45.5	0.0	0.0	0.0

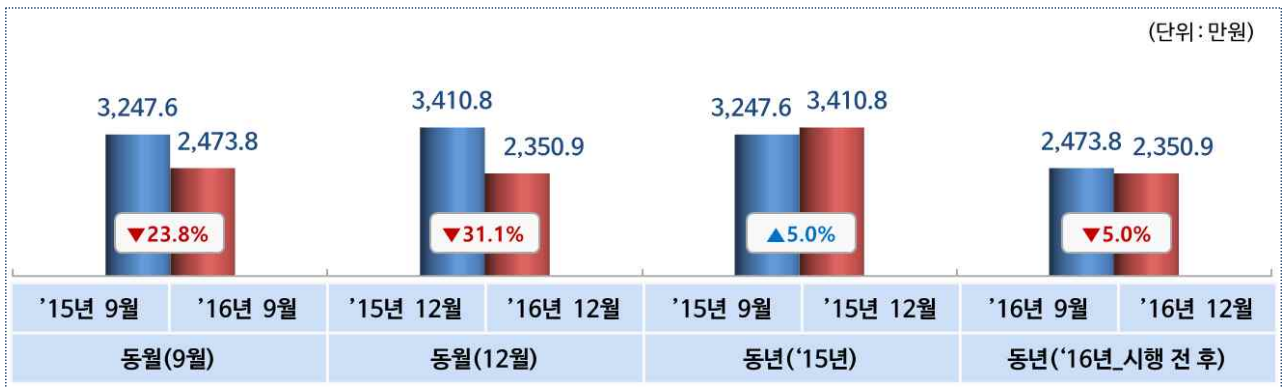
4. 청탁금지법 전·후 월평균 매출액

1) 월평균 매출액 현황

- 월평균 매출액 현황을 살펴본 결과, 동년('15년)도 월평균 매출액은 5.0% 상승하였으며, 동월('9월, '12월) 및 동년('16년 _ 시행 전후) 매출액은 하락하였음.

【그림 5】 월평균 매출액

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)



* 무응답 71개 분석 제외

** 증감률 예시(%) = ('16년 12월 - '16년 9월)/'16년 9월 X 100

- 소기업 및 소상공인 월평균 매출액 비교 결과는 아래와 같음.

【표 17】 월평균 매출액 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	월평균 매출액(만원)				증감률(%)			
			'15년 9월	'15년 12월	'16년 9월	'16년 12월	동월 (9월)	동월 (12월)	동년 ('15년)	동년('16 년_시행 전후)
전체		(539)	3,247.6	3,410.8	2,473.8	2,350.9	-23.8	-31.1	5.0	-5.0
사업체 규모	소상공인	(431)	2,468.0	2,545.9	1,828.6	1,683.4	-25.9	-33.9	3.2	-7.9
	소기업	(108)	6,359.1	6,862.5	5,048.6	5,014.8	-20.6	-26.9	7.9	-0.7

* 무응답 71개 분석 제외

** 증감률 예시(%) = ('16년 12월 - '16년 9월)/'16년 9월 X 100

○ 업종별 월평균 매출액 비교 결과는 아래와 같음.

【표 18】 월평균 매출액 - 업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

	사례수	월평균 매출액(만원)				증감률(%)			
		'15년 9월	'15년 12월	'16년 9월	'16년 12월	동월 (9월)	동월 (12월)	동년 (‘15년)	동년(‘16 년_시행 전후)
전체	(539)	3,247.6	3,410.8	2,473.8	2,350.9	-23.8	-31.1	5.0	-5.0
업종	음식점업	(231)	4,150.9	4,471.0	3,226.2	-22.3	-28.3	7.7	-0.6
	음식료품 소매업	(106)	2,547.9	2,590.3	1,974.1	-22.5	-30.2	1.7	-8.4
	전문상품 소매업	(128)	2,131.1	2,172.9	1,450.4	-31.9	-40.8	2.0	-11.4
	음식료품 도매업	(46)	4,628.3	4,672.0	3,619.1	-21.8	-32.8	0.9	-13.2
	기타서비스업	(28)	1,280.2	1,357.9	954.9	-25.4	-31.9	6.1	-3.1

* 무응답 71개 분석 제외

** 증감률 예시(%) = ('16년 12월 - '16년 9월)/'16년 9월 X 100

○ 세부업종별 월평균 매출액 비교 결과는 아래와 같음.

【표 19】 월평균 매출액 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

	사례수	월평균 매출액(만원)				증감률(%)			
		'15년 9월	'15년 12월	'16년 9월	'16년 12월	동월 (9월)	동월 (12월)	동년 (‘15년)	동년(‘16 년_시행 전후)
전체	(539)	3,247.6	3,410.8	2,473.8	2,350.9	-23.8	-31.1	5.0	-5.0
세부 업종	한식전문점	(63)	4,914.1	5,516.7	3,999.8	-18.6	-26.4	12.3	1.6
	일식전문점	(76)	4,257.7	4,671.7	2,988.1	-29.8	-32.7	9.7	5.2
	중식전문점	(48)	3,764.2	3,780.2	3,155.6	-16.2	-22.9	0.4	-7.6
	양식전문점	(16)	3,500.0	3,596.9	2,743.8	-21.6	-31.0	2.8	-9.6
	주점업 및 비알콜 음료점	(28)	3,179.0	3,257.1	2,528.6	-20.5	-27.4	2.5	-6.4
	육류소매업	(31)	3,251.6	3,206.5	2,532.3	-22.1	-28.9	-1.4	-10.0
	수산물소매업	(15)	2,025.3	1,980.0	1,533.3	-24.3	-31.0	-2.2	-11.0
	건강보조식품소매업	(22)	1,489.5	1,612.2	1,126.4	-24.4	-30.6	8.2	-0.7
	과실 및 채소 소매업	(25)	1,713.1	1,690.0	1,208.9	-29.4	-36.2	-1.3	-10.8
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(13)	4,869.2	5,211.5	4,057.7	-16.7	-27.8	7.0	-7.3
	화초 및 산식물 소매업	(85)	1,724.6	1,780.4	1,126.1	-34.7	-43.8	3.2	-11.1
	선물용품 소매업	(16)	2,249.2	2,275.0	1,647.5	-26.8	-28.9	1.1	-1.8
	화장품전문점	(11)	4,763.6	4,800.0	3,054.5	-35.9	-51.5	0.8	-23.8
	제과점	(16)	2,362.5	2,350.0	1,873.8	-20.7	-25.7	-0.5	-6.8
	육류도매업	(19)	4,963.2	4,818.4	3,763.2	-24.2	-36.9	-2.9	-19.2
	수산물 도매업	(23)	4,627.8	4,830.4	3,658.7	-20.9	-32.0	4.4	-10.2
	기타 가공 식품 도매업	(4)	3,040.0	3,065.0	2,707.5	-10.9	-9.5	0.8	2.5
	기타서비스업	(28)	1,280.2	1,357.9	954.9	-25.4	-31.9	6.1	-3.1

* 무응답 71개 분석 제외

** 증감률 예시(%) = ('16년 12월 - '16년 9월)/'16년 9월 X 100

○ 지역별 월평균 매출액 비교 결과는 아래와 같음.

【표 20】 월평균 매출액 - 지역별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	월평균 매출액(만원)				증감률(%)			
			'15년 9월	'15년 12월	'16년 9월	'16년 12월	동월 (9월)	동월 (12월)	동년 (15년)	동년('16년 _시행전후)
전체		(539)	3,247.6	3,410.8	2,473.8	2,350.9	-23.8	-31.1	5.0	-5.0
지역	서울	(191)	3,272.2	3,406.6	2,525.2	2,342.5	-22.8	-31.2	4.1	-7.2
	부산	(94)	2,322.6	2,225.7	1,618.1	1,430.7	-30.3	-35.7	-4.2	-11.6
	대구	(67)	2,875.4	3,104.6	2,137.9	2,302.8	-25.6	-25.8	8.0	7.7
	인천	(45)	3,443.3	3,680.4	2,549.1	2,275.8	-26.0	-38.2	6.9	-10.7
	광주	(47)	4,407.9	5,163.8	3,819.1	3,967.0	-13.4	-23.2	17.1	3.9
	대전	(48)	3,210.4	3,693.8	2,579.2	2,521.7	-19.7	-31.7	15.1	-2.2
	울산	(47)	4,219.0	3,934.3	2,930.0	2,575.5	-30.6	-34.5	-6.7	-12.1

* 무응답 71개 분석 제외

** 증감률 예시(%) = ('16년 12월 - '16년 9월)/'16년 9월 X 100

○ 세부집단별 월평균 매출액 비교 결과는 아래와 같음.

【표 21】 월평균 매출액 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	월평균 매출액(만원)				증감률(%)			
			'15년 9월	'15년 12월	'16년 9월	'16년 12월	동월 (9월)	동월 (12월)	동년 (15년)	동년('16 년 시행 전후)
전체		(539)	3,247.6	3,410.8	2,473.8	2,350.9	-23.8	-31.1	5.0	-5.0
사업체 형태	법인	(25)	6,067.2	6,592.0	5,233.2	5,088.0	-13.7	-22.8	8.6	-2.8
	개인	(514)	3,110.5	3,256.1	2,339.6	2,217.8	-24.8	-31.9	4.7	-5.2
사업체 유형	독립점포	(476)	3,072.1	3,227.9	2,327.6	2,206.4	-24.2	-31.6	5.1	-5.2
	프랜차이즈 가맹점	(63)	4,574.1	4,793.2	3,578.4	3,442.7	-21.8	-28.2	4.8	-3.8
입지 유형	전통시장	(111)	2,868.0	2,829.5	2,223.6	2,010.9	-22.5	-28.9	-1.3	-9.6
	백화점 및 집합상가	(47)	3,327.9	3,349.8	2,365.1	2,235.3	-28.9	-33.3	0.7	-5.5
	일반상가	(376)	3,355.4	3,598.5	2,569.1	2,474.1	-23.4	-31.2	7.2	-3.7
	지하상가	(5)	2,815.0	2,780.0	1,880.0	1,720.0	-33.2	-38.1	-1.2	-8.5

* 무응답 71개 분석 제외

** 증감률 예시(%) = ('16년 12월 - '16년 9월)/'16년 9월 X 100

2) '15년 9월 월평균 매출액

- '15년 9월 월평균 매출액을 조사한 결과, 평균 3,247.6만원으로 나타남.
- 1,000~2,000만원 미만인 22.3%로 가장 높은 것으로 나타남.

【그림 6】 '15년 9월 월평균 매출액

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)



* 무응답 71개 분석 제외

- 소상공인의 월평균 매출액은 2,468.0만원이며, 소기업의 월평균 매출액은 6,359.1만원으로 나타남.

【표 22】 '15년 9월 월평균 매출액 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

	사례수	1,000만원 미만	1,000~2,000만원 미만	2,000~3,000만원 미만	3,000~4,000만원 미만	4,000~5,000만원 미만	5,000만원 이상	평균 (만원)
전체	(539)	15.8	22.3	21.2	12.1	9.6	19.1	3,247.6
사업체 규모								
소상공인	(431)	19.7	26.9	24.6	12.3	7.7	8.8	2,468.0
소기업	(108)	0.0	3.7	7.4	11.1	17.6	60.2	6,359.1

* 무응답 71개 분석 제외

- 업종별로 살펴보면, 음식료품 도매업의 월평균 매출액이 4,628.3만원으로 가장 높고, 기타서비스업의 월평균 매출액이 1,280.2만원으로 가장 낮음.

【표 23】 '15년 9월 월평균 매출액 - 업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	1,000만원 미만	1,000~ 2,000만원 미만	2,000~ 3,000만원 미만	3,000~ 4,000만원 미만	4,000~ 5,000만원 미만	5,000만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	15.8	22.3	21.2	12.1	9.6	19.1	3,247.6
업종	음식점업	(231)	6.1	14.3	20.8	12.1	16.5	30.3	4,150.9
	음식료품 소매업	(106)	21.7	24.5	24.5	13.2	4.7	11.3	2,547.9
	전문상품 소매업	(128)	25.0	32.8	20.3	10.2	3.9	7.8	2,131.1
	음식료품 도매업	(46)	6.5	23.9	26.1	10.9	8.7	23.9	4,628.3
	기타서비스업	(28)	46.4	28.6	7.1	17.9	0.0	0.0	1,280.2

* 무응답 71개 분석 제외

- 세부업종별로 살펴보면, 육류도매업의 월평균 매출액이 4,963.2만원으로 가장 높고, 기타서비스업의 월평균 매출액이 1,280.2만원으로 가장 낮음.

【표 24】 '15년 9월 월평균 매출액 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	1,000 만원 미만	1,000~ 2,000만원 미만	2,000~ 3,000만원 미만	3,000~ 4,000만원 미만	4,000~ 5,000만원 미만	5,000 만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	15.8	22.3	21.2	12.1	9.6	19.1	3,247.6
세부 업종	한식전문점	(63)	7.9	7.9	17.5	14.3	14.3	38.1	4,914.1
	일식전문점	(76)	2.6	13.2	21.1	9.2	21.1	32.9	4,257.7
	중식전문점	(48)	10.4	16.7	18.8	16.7	10.4	27.1	3,764.2
	양식전문점	(16)	6.3	18.8	25.0	0.0	25.0	25.0	3,500.0
	주점업 및 비알콜 음료점	(28)	3.6	25.0	28.6	14.3	14.3	14.3	3,179.0
	육류소매업	(31)	6.5	16.1	29.0	22.6	9.7	16.1	3,251.6
	수산물소매업	(15)	26.7	40.0	20.0	0.0	0.0	13.3	2,025.3
	건강보조식품소매업	(22)	45.5	13.6	27.3	9.1	0.0	4.5	1,489.5
	과실 및 채소 소매업	(25)	24.0	36.0	28.0	8.0	4.0	0.0	1,713.1
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(13)	7.7	23.1	7.7	23.1	7.7	30.8	4,869.2
	화초 및 산식물 소매업	(85)	31.8	35.3	16.5	9.4	1.2	5.9	1,724.6
	선물용품 소매업	(16)	12.5	37.5	37.5	6.3	0.0	6.3	2,249.2
	화장품전문점	(11)	0.0	18.2	27.3	18.2	0.0	36.4	4,763.6
	제과점	(16)	18.8	25.0	18.8	12.5	25.0	0.0	2,362.5
	육류도매업	(19)	5.3	21.1	21.1	21.1	5.3	26.3	4,963.2
	수산물 도매업	(23)	4.3	26.1	34.8	4.3	8.7	21.7	4,627.8
	기타 가공 식품 도매업	(4)	25.0	25.0	0.0	0.0	25.0	25.0	3,040.0
	기타서비스업	(28)	46.4	28.6	7.1	17.9	0.0	0.0	1,280.2

* 무응답 71개 분석 제외

- 지역별로 살펴보면, 광주지역의 월평균 매출액이 4,407.9만원으로 가장 높으며, 부산 지역의 월평균 매출액이 2,322.6만원으로 가장 낮음.

【표 25】 '15년 9월 월평균 매출액 - 지역별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	1,000만원 미만	1,000~2,000만원 미만	2,000~3,000만원 미만	3,000~4,000만원 미만	4,000~5,000만원 미만	5,000만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	15.8	22.3	21.2	12.1	9.6	19.1	3,247.6
지역	서울	(191)	11.0	23.6	24.6	14.7	9.4	16.8	3,272.2
	부산	(94)	20.2	38.3	13.8	6.4	7.4	13.8	2,322.6
	대구	(67)	17.9	13.4	29.9	13.4	6.0	19.4	2,875.4
	인천	(45)	17.8	11.1	13.3	13.3	24.4	20.0	3,443.3
	광주	(47)	17.0	14.9	19.1	10.6	6.4	31.9	4,407.9
	대전	(48)	6.3	25.0	29.2	12.5	8.3	18.8	3,210.4
	울산	(47)	29.8	12.8	10.6	10.6	10.6	25.5	4,219.0

* 무응답 71개 분석 제외

- 세부집단별로 살펴보면, 개인보다는 법인이 독립점포보다는 프랜차이즈 가맹점의 월평균 매출액이 더 높은 것으로 나타남.

- 입지유형별로 살펴보면, 일반상가의 월평균 매출액이 3,355.4만원으로 가장 높음.

【표 26】 '15년 9월 월평균 매출액 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	1,000만원 미만	1,000~ 2,000만원 미만	2,000~ 3,000만원 미만	3,000~ 4,000만원 미만	4,000~ 5,000만원 미만	5,000만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	15.8	22.3	21.2	12.1	9.6	19.1	3,247.6
사업체 형태	법인	(25)	4.0	12.0	20.0	12.0	12.0	40.0	6,067.2
	개인	(514)	16.3	22.8	21.2	12.1	9.5	18.1	3,110.5
사업체 유형	독립점포	(476)	17.0	24.2	20.6	11.8	8.6	17.9	3,072.1
	프랜차이즈 가맹점	(63)	6.3	7.9	25.4	14.3	17.5	28.6	4,574.1
입지 유형	전통시장	(111)	21.6	23.4	22.5	9.0	9.9	13.5	2,868.0
	백화점 및 집합상가	(47)	14.9	19.1	21.3	19.1	6.4	19.1	3,327.9
	일반상가	(376)	14.4	22.3	20.7	11.7	9.8	21.0	3,355.4
	지하상가	(5)	0.0	20.0	20.0	40.0	20.0	0.0	2,815.0

* 무응답 71개 분석 제외

3) '15년 12월 월평균 매출액

- '15년 12월 월평균 매출액을 조사한 결과, 평균 3,410.8만원으로 나타남.
- 1,000~2,000만원 미만이 21.0%로 가장 높은 것으로 나타남.

【그림 7】 '15년 12월 월평균 매출액

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)



* 무응답 71개 분석 제외

- 소상공인의 월평균 매출액은 2,545.9만원이며, 소기업의 월평균 매출액은 6,862.5만원으로 나타남.

【표 27】 '15년 12월 월평균 매출액 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

	사례수	1,000만원 미만	1,000~2,000만원 미만	2,000~3,000만원 미만	3,000~4,000만원 미만	4,000~5,000만원 미만	5,000만원 이상	평균 (만원)
전체	(539)	16.9	21.0	18.6	14.5	8.7	20.4	3,410.8
사업체 규모								
소상공인	(431)	21.1	25.5	21.6	14.8	7.0	10.0	2,545.9
소기업	(108)	0.0	2.8	6.5	13.0	15.7	62.0	6,862.5

* 무응답 71개 분석 제외

- 업종별로 살펴보면, 음식료품 도매업이 평균 4,672.0만원으로 가장 높으며, 기타서비스업이 평균 1,357.9만원으로 가장 낮은 것으로 나타남.

【표 28】 '15년 12월 월평균 매출액 - 업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	1,000만원 미만	1,000~ 2,000만원 미만	2,000~ 3,000만원 미만	3,000~ 4,000만원 미만	4,000~ 5,000만원 미만	5,000만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	16.9	21.0	18.6	14.5	8.7	20.4	3,410.8
업종	음식점업	(231)	7.4	13.0	18.2	14.3	13.4	33.8	4,471.0
	음식료품 소매업	(106)	20.8	27.4	21.7	14.2	3.8	12.3	2,590.3
	전문상품 소매업	(128)	28.9	26.6	18.0	14.1	6.3	6.3	2,172.9
	음식료품 도매업	(46)	6.5	21.7	23.9	15.2	8.7	23.9	4,672.0
	기타서비스업	(28)	42.9	35.7	3.6	17.9	0.0	0.0	1,357.9

* 무응답 71개 분석 제외

- 세부업종별로 살펴보면, 한식전문점이 평균 5,516.7만원으로 가장 높으며, 기타서비스업이 평균 1,357.9만원으로 가장 낮은 것으로 나타남.

【표 29】 '15년 12월 월평균 매출액 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	1,000만원 미만	1,000~ 2,000만원 미만	2,000~ 3,000만원 미만	3,000~ 4,000만원 미만	4,000~ 5,000만원 미만	5,000만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	16.9	21.0	18.6	14.5	8.7	20.4	3,410.8
세부 업종	한식전문점	(63)	11.1	6.3	14.3	17.5	9.5	41.3	5,516.7
	일식전문점	(76)	2.6	11.8	15.8	10.5	22.4	36.8	4,671.7
	중식전문점	(48)	12.5	12.5	22.9	16.7	6.3	29.2	3,780.2
	양식전문점	(16)	6.3	25.0	12.5	12.5	12.5	31.3	3,596.9
	주점업 및 비알콜 음료점	(28)	3.6	25.0	28.6	14.3	10.7	17.9	3,257.1
	육류소매업	(31)	3.2	22.6	22.6	29.0	6.5	16.1	3,206.5
	수산물소매업	(15)	26.7	40.0	20.0	0.0	0.0	13.3	1,980.0
	건강보조식품소매업	(22)	45.5	18.2	18.2	9.1	4.5	4.5	1,612.2
	과실 및 채소 소매업	(25)	24.0	36.0	32.0	4.0	0.0	4.0	1,690.0
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(13)	7.7	23.1	7.7	23.1	7.7	30.8	5,211.5
	화초 및 산식물 소매업	(85)	36.5	30.6	12.9	10.6	4.7	4.7	1,780.4
	선물용품 소매업	(16)	18.8	18.8	37.5	18.8	0.0	6.3	2,275.0
	화장품전문점	(11)	0.0	9.1	27.3	27.3	9.1	27.3	4,800.0
	제과점	(16)	18.8	25.0	18.8	18.8	18.8	0.0	2,350.0
	육류도매업	(19)	5.3	21.1	15.8	21.1	10.5	26.3	4,818.4
	수산물 도매업	(23)	4.3	21.7	34.8	13.0	4.3	21.7	4,830.4
	기타 가공 식품 도매업	(4)	25.0	25.0	0.0	0.0	25.0	25.0	3,065.0
	기타서비스업	(28)	42.9	35.7	3.6	17.9	0.0	0.0	1,357.9

* 무응답 71개 분석 제외

- 지역별로 살펴보면, 광주 지역의 월평균 매출액 5,163.8만원으로 가장 높으며, 부산 지역의 월평균 매출액이 2,225.7만원으로 가장 낮음.

【표 30】 '15년 12월 월평균 매출액 - 지역별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	1,000만원 미만	1,000~2,000만원 미만	2,000~3,000만원 미만	3,000~4,000만원 미만	4,000~5,000만원 미만	5,000만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	16.9	21.0	18.6	14.5	8.7	20.4	3,410.8
지역	서울	(191)	12.0	21.5	21.5	17.8	9.4	17.8	3,406.6
	부산	(94)	26.6	31.9	14.9	7.4	6.4	12.8	2,225.7
	대구	(67)	17.9	14.9	22.4	16.4	6.0	22.4	3,104.6
	인천	(45)	15.6	15.6	11.1	11.1	17.8	28.9	3,680.4
	광주	(47)	10.6	25.5	6.4	19.1	6.4	31.9	5,163.8
	대전	(48)	6.3	18.8	31.3	14.6	6.3	22.9	3,693.8
	울산	(47)	34.0	8.5	14.9	10.6	10.6	21.3	3,934.3

* 무응답 71개 분석 제외

- 세부집단별로 살펴보면, 개인보다는 법인이, 독립점포보다는 프랜차이즈 가맹점의 월평균 매출액이 더 높은 것으로 나타남.
- 입지유형별로 살펴본 결과, 일반상가의 월평균 매출액이 3,598.5만원으로 가장 높게 나타남.

【표 31】 '15년 12월 평균 매출액 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	1,000만원 미만	1,000~ 2,000만원 미만	2,000~ 3,000만원 미만	3,000~ 4,000만원 미만	4,000~ 5,000만원 미만	5,000만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	16.9	21.0	18.6	14.5	8.7	20.4	3,410.8
사업체 형태	법인	(25)	4.0	12.0	12.0	24.0	16.0	32.0	6,592.0
	개인	(514)	17.5	21.4	18.9	14.0	8.4	19.8	3,256.1
사업체 유형	독립점포	(476)	18.3	22.9	18.3	13.2	8.2	19.1	3,227.9
	프랜차이즈 가맹점	(63)	6.3	6.3	20.6	23.8	12.7	30.2	4,793.2
입지 유형	전통시장	(111)	21.6	23.4	22.5	9.9	7.2	15.3	2,829.5
	백화점 및 집합상가	(47)	14.9	14.9	17.0	25.5	12.8	14.9	3,349.8
	일반상가	(376)	16.0	21.0	17.6	14.1	8.5	22.9	3,598.5
	지하상가	(5)	0.0	20.0	20.0	40.0	20.0	0.0	2,780.0

* 무응답 71개 분석 제외

4) '16년 9월 월평균 매출액

- '16년 9월 월평균 매출액을 조사한 결과, 평균 2,473.8만원으로 나타남.
- 1,000만원 미만, 1,000~2,000만원 미만이 각각 26.5%로 가장 높게 나타남.

【그림 8】 '16년 9월 월평균 매출액

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)



* 무응답 71개 분석 제외

- 소상공인의 월평균 매출액은 1,828.6만원이며, 소기업의 월평균 매출액은 5,048.6만원으로 나타남.

【표 32】 '16년 9월 월평균 매출액 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

	사례수	1,000만원 미만	1,000~2,000만원 미만	2,000~3,000만원 미만	3,000~4,000만원 미만	4,000~5,000만원 미만	5,000만원 이상	평균 (만원)
전체	(539)	26.5	26.5	17.1	11.7	6.3	11.9	2,473.8
사업체 규모								
소상공인	(431)	32.9	31.1	17.6	11.1	2.3	4.9	1,828.6
소기업	(108)	0.9	8.3	14.8	13.9	22.2	39.8	5,048.6

* 무응답 71개 분석 제외

- 업종별로 살펴보면, 음식료품 도매업의 월평균 매출액이 3,619.1만원으로 가장 높으며, 기타서비스업의 월평균 매출액이 954.9만원으로 가장 낮음.

【표 33】 '16년 9월 월평균 매출액 - 업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	1,000만원 미만	1,000~ 2,000만원 미만	2,000~ 3,000만원 미만	3,000~ 4,000만원 미만	4,000~ 5,000만원 미만	5,000만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	26.5	26.5	17.1	11.7	6.3	11.9	2,473.8
업종	음식점업	(231)	12.6	22.5	19.0	15.2	12.1	18.6	3,226.2
	음식료품 소매업	(106)	29.2	34.9	17.9	9.4	0.9	7.5	1,974.1
	전문상품 소매업	(128)	46.9	26.6	14.1	7.8	1.6	3.1	1,450.4
	음식료품 도매업	(46)	10.9	32.6	13.0	17.4	6.5	19.6	3,619.1
	기타서비스업	(28)	64.3	17.9	17.9	0.0	0.0	0.0	954.9

* 무응답 71개 분석 제외

- 세부업종별로 살펴보면, 기타 음식료품 위주 종합 소매업의 월평균 매출액이 4,057.7만원으로 가장 높으며, 기타서비스업의 월평균 매출액이 954.9만원으로 가장 낮음.

【표 34】 '16년 9월 월평균 매출액 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	1,000만원 미만	1,000~ 2,000만원 미만	2,000~ 3,000만원 미만	3,000~ 4,000만원 미만	4,000~ 5,000만원 미만	5,000만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	26.5	26.5	17.1	11.7	6.3	11.9	2,473.8
세부 업종	한식전문점	(63)	11.1	19.0	17.5	11.1	14.3	27.0	3,999.8
	일식전문점	(76)	11.8	19.7	21.1	19.7	14.5	13.2	2,988.1
	중식전문점	(48)	18.8	20.8	20.8	8.3	10.4	20.8	3,155.6
	양식전문점	(16)	12.5	31.3	6.3	18.8	12.5	18.8	2,743.8
	주점업 및 비알콜 음료점	(28)	7.1	35.7	21.4	21.4	3.6	10.7	2,528.6
	육류소매업	(31)	16.1	25.8	25.8	19.4	0.0	12.9	2,532.3
	수산물소매업	(15)	33.3	53.3	0.0	6.7	0.0	6.7	1,533.3
	건강보조식품소매업	(22)	54.5	18.2	22.7	4.5	0.0	0.0	1,126.4
	과실 및 채소 소매업	(25)	32.0	52.0	12.0	4.0	0.0	0.0	1,208.9
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(13)	7.7	30.8	23.1	7.7	7.7	23.1	4,057.7
	화초 및 산식물 소매업	(85)	61.2	20.0	12.9	3.5	1.2	1.2	1,126.1
	선물용품 소매업	(16)	31.3	50.0	6.3	6.3	0.0	6.3	1,647.5
	화장품전문점	(11)	0.0	36.4	27.3	9.1	9.1	18.2	3,054.5
	제과점	(16)	18.8	31.3	18.8	31.3	0.0	0.0	1,873.8
	육류도매업	(19)	5.3	31.6	15.8	21.1	0.0	26.3	3,763.2
	수산물 도매업	(23)	13.0	34.8	13.0	13.0	8.7	17.4	3,658.7
	기타 가공 식품 도매업	(4)	25.0	25.0	0.0	25.0	25.0	0.0	2,707.5
	기타서비스업	(28)	64.3	17.9	17.9	0.0	0.0	0.0	954.9

* 무응답 71개 분석 제외

- 지역별로 살펴보면, 광주지역의 월평균 매출액이 3,819.1만원으로 가장 높게 나타났으며, 부산지역의 월평균 매출액이 1,618.1로 가장 낮음

【표 35】 '16년 9월 월평균 매출액 - 지역별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	1,000만원 미만	1,000~ 2,000만원 미만	2,000~ 3,000만원 미만	3,000~ 4,000만원 미만	4,000~ 5,000만원 미만	5,000만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	26.5	26.5	17.1	11.7	6.3	11.9	2,473.8
지역	서울	(191)	21.5	29.3	21.5	9.4	6.3	12.0	2,525.2
	부산	(94)	43.6	25.5	11.7	11.7	3.2	4.3	1,618.1
	대구	(67)	20.9	40.3	16.4	1.5	9.0	11.9	2,137.9
	인천	(45)	24.4	15.6	17.8	22.2	8.9	11.1	2,549.1
	광주	(47)	19.1	25.5	4.3	14.9	12.8	23.4	3,819.1
	대전	(48)	16.7	22.9	33.3	14.6	4.2	8.3	2,579.2
	울산	(47)	40.4	12.8	6.4	19.1	2.1	19.1	2,930.0

* 무응답 71개 분석 제외

- 세부집단별로 살펴보면, 개인보다는 법인이, 독립점포보다는 프랜차이즈 가맹점의 월평균 매출액이 더 높은 것으로 나타남.
- 입지유형별로 살펴본 결과, 일반상가의 월평균 매출액이 2,569.1만원으로 가장 높게 나타남.

【표 36】 '16년 9월 월평균 매출액 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	1,000만원 미만	1,000~ 2,000만원 미만	2,000~ 3,000만원 미만	3,000~ 4,000만원 미만	4,000~ 5,000만원 미만	5,000만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	26.5	26.5	17.1	11.7	6.3	11.9	2,473.8
사업체 형태	법인	(25)	8.0	16.0	24.0	8.0	16.0	28.0	5,233.2
	개인	(514)	27.4	27.0	16.7	11.9	5.8	11.1	2,339.6
사업체 유형	독립점포	(476)	28.8	27.3	16.4	10.5	5.9	11.1	2,327.6
	프랜차이즈 가맹점	(63)	9.5	20.6	22.2	20.6	9.5	17.5	3,578.4
입지 유형	전통시장	(111)	28.8	32.4	13.5	13.5	0.9	10.8	2,223.6
	백화점 및 집합상가	(47)	21.3	25.5	23.4	21.3	2.1	6.4	2,365.1
	일반상가	(376)	26.9	24.7	16.8	10.1	8.5	13.0	2,569.1
	지하상가	(5)	0.0	40.0	60.0	0.0	0.0	0.0	1,880.0

* 무응답 71개 분석 제외

5) '16년 12월 월평균 매출액

- '16년 12월 월평균 매출액을 조사한 결과, 평균 2,350.9만원으로 나타남.
- 1,000만원 미만이 29.9%로 가장 높게 나타남.

【그림 9】 '16년 12월 월평균 매출액

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)



* 무응답 71개 분석 제외

- 소상공인의 월평균 매출액은 1,683.4만원이며, 소기업의 월평균 매출액은 5,014.8만원으로 나타남.

【표 37】 '16년 12월 월평균 매출액 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

	사례수	1,000만원 미만	1,000~2,000만원 미만	2,000~3,000만원 미만	3,000~4,000만원 미만	4,000~5,000만원 미만	5,000만원 이상	평균 (만원)
전체	(539)	29.9	26.9	15.2	10.2	5.9	11.9	2,350.9
사업체 규모								
소상공인	(431)	37.4	31.3	14.6	9.5	2.3	4.9	1,683.4
소기업	(108)	0.0	9.3	17.6	13.0	20.4	39.8	5,014.8

* 무응답 71개 분석 제외

- 업종별로 살펴보면, 음식점업의 월평균 매출액이 3,206.1만원으로 가장 높으며, 기타 서비스업의 월평균 매출액이 925.4만원으로 가장 낮음.

【표 38】 '16년 12월 월평균 매출액 - 업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	1,000만원 미만	1,000~ 2,000만원 미만	2,000~ 3,000만원 미만	3,000~ 4,000만원 미만	4,000~ 5,000만원 미만	5,000만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	29.9	26.9	15.2	10.2	5.9	11.9	2,350.9
업종	음식점업	(231)	13.9	24.2	17.7	14.7	9.5	19.9	3,206.1
	음식료품 소매업	(106)	38.7	32.1	13.2	5.7	3.8	6.6	1,807.4
	전문상품 소매업	(128)	52.3	21.9	14.8	6.3	3.1	1.6	1,285.5
	음식료품 도매업	(46)	13.0	37.0	13.0	13.0	4.3	19.6	3,141.3
	기타서비스업	(28)	53.6	35.7	7.1	3.6	0.0	0.0	925.4

* 무응답 71개 분석 제외

- 세부업종별로 살펴보면, 한식전문점의 월평균 매출액이 4,061.9만원으로 가장 높으며, 기타서비스업의 월평균 매출액이 925.4만원으로 가장 낮음.

【표 39】 '16년 12월 월평균 매출액 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	1,000만원 미만	1,000~ 2,000만원 미만	2,000~ 3,000만원 미만	3,000~ 4,000만원 미만	4,000~ 5,000만원 미만	5,000만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	29.9	26.9	15.2	10.2	5.9	11.9	2,350.9
세부 업종	한식전문점	(63)	14.3	19.0	15.9	11.1	14.3	25.4	4,061.9
	일식전문점	(76)	6.6	27.6	14.5	23.7	7.9	19.7	3,142.1
	중식전문점	(48)	22.9	18.8	25.0	4.2	6.3	22.9	2,915.8
	양식전문점	(16)	12.5	31.3	12.5	12.5	25.0	6.3	2,481.3
	주점업 및 비알콜 음료점	(28)	17.9	32.1	21.4	17.9	0.0	10.7	2,366.1
	육류소매업	(31)	25.8	22.6	29.0	9.7	0.0	12.9	2,279.0
	수산물소매업	(15)	46.7	40.0	0.0	0.0	13.3	0.0	1,365.3
	건강보조식품소매업	(22)	54.5	22.7	13.6	9.1	0.0	0.0	1,118.2
	과실 및 채소 소매업	(25)	52.0	44.0	0.0	0.0	4.0	0.0	1,078.0
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(13)	7.7	38.5	15.4	7.7	7.7	23.1	3,761.5
	화초 및 산식물 소매업	(85)	64.7	18.8	11.8	1.2	2.4	1.2	1,001.4
	선물용품 소매업	(16)	37.5	37.5	12.5	6.3	0.0	6.3	1,617.5
	화장품전문점	(11)	27.3	9.1	27.3	18.2	18.2	0.0	2,327.3
	제과점	(16)	18.8	31.3	25.0	25.0	0.0	0.0	1,746.3
	육류도매업	(19)	10.5	42.1	5.3	15.8	5.3	21.1	3,042.1
	수산물 도매업	(23)	13.0	39.1	17.4	8.7	4.3	17.4	3,287.0
	기타 가공 식품 도매업	(4)	25.0	0.0	25.0	25.0	0.0	25.0	2,775.0
	기타서비스업	(28)	53.6	35.7	7.1	3.6	0.0	0.0	925.4

* 무응답 71개 분석 제외

- 지역별로 살펴보면, 광주지역의 월평균 매출액이 3,967.0만원으로 가장 높게 나타났으며, 부산지역의 월평균 매출액이 1,430.7로 가장 낮음.

【표 40】 '16년 12월 월평균 매출액 - 지역별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	1,000만원 미만	1,000~2,000만원 미만	2,000~3,000만원 미만	3,000~4,000만원 미만	4,000~5,000만원 미만	5,000만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	29.9	26.9	15.2	10.2	5.9	11.9	2,350.9
지역	서울	(191)	24.6	31.9	16.8	12.0	4.7	9.9	2,342.5
	부산	(94)	52.1	20.2	14.9	3.2	4.3	5.3	1,430.7
	대구	(67)	23.9	34.3	11.9	6.0	11.9	11.9	2,302.8
	인천	(45)	28.9	22.2	17.8	13.3	11.1	6.7	2,275.8
	광주	(47)	19.1	23.4	10.6	8.5	8.5	29.8	3,967.0
	대전	(48)	16.7	31.3	25.0	10.4	2.1	14.6	2,521.7
	울산	(47)	40.4	12.8	6.4	21.3	2.1	17.0	2,575.5

* 무응답 71개 분석 제외

- 세부집단별로 살펴보면, 개인보다는 법인이, 독립점포보다는 프랜차이즈 가맹점의 월평균 매출액이 더 높은 것으로 나타남.
- 입지유형별로 살펴본 결과, 일반상가의 월평균 매출액이 2,474.1만원으로 가장 높게 나타남.

【표 41】 '16년 12월 월평균 매출액 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	1,000만원 미만	1,000~ 2,000만원 미만	2,000~ 3,000만원 미만	3,000~ 4,000만원 미만	4,000~ 5,000만원 미만	5,000만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	29.9	26.9	15.2	10.2	5.9	11.9	2,350.9
사업체 형태	법인	(25)	8.0	16.0	20.0	12.0	16.0	28.0	5,088.0
	개인	(514)	30.9	27.4	15.0	10.1	5.4	11.1	2,217.8
사업체 유형	독립점포	(476)	32.1	27.9	14.1	9.2	5.0	11.6	2,206.4
	프랜차이즈 가맹점	(63)	12.7	19.0	23.8	17.5	12.7	14.3	3,442.7
입지 유형	전통시장	(111)	36.0	32.4	9.9	9.0	2.7	9.9	2,010.9
	백화점 및 집합상가	(47)	19.1	36.2	17.0	14.9	6.4	6.4	2,235.3
	일반상가	(376)	29.5	24.2	16.0	10.1	6.9	13.3	2,474.1
	지하상가	(5)	20.0	20.0	60.0	0.0	0.0	0.0	1,720.0

* 무응답 71개 분석 제외

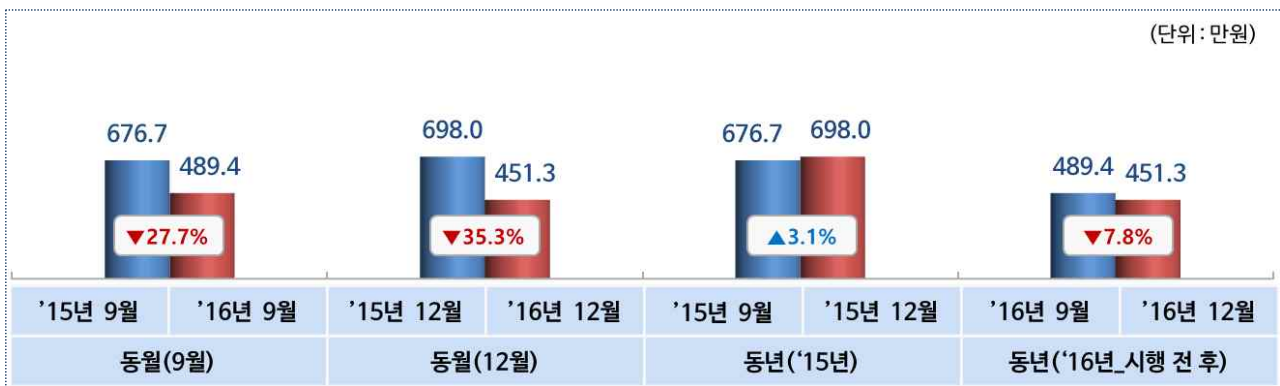
5. 청탁금지법 전·후 월평균 영업이익

1) 월평균 영업이익 현황

- 월평균 매출액 현황을 살펴본 결과, 동년('15년)도 월평균 영업이익은 3.1% 상승하였으며, 동월('9월, '12월) 및 동년('16년 _ 시행 전후) 영업이익은 하락하였음.

【그림 10】 월평균 영업이익

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)



* 무응답 71개 분석 제외

** 증감률 예시(%) = ('16년 12월 - '16년 9월)/'16년 9월 X 100

- 소기업 및 소상공인 월평균 영업이익 비교 결과는 아래와 같음.

【표 42】 월평균 영업이익 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

	사례수	월평균 영업이익(만원)				증감률(%)			
		'15년 9월	'15년 12월	'16년 9월	'16년 12월	동월(9월)	동월(12월)	동년('15년)	동년('16년_시행 전후)
전체	(539)	676.7	698.0	489.4	451.3	-27.7	-35.3	3.1	-7.8
사업체 규모									
소상공인	(431)	554.9	567.5	394.4	346.6	-28.9	-38.9	2.3	-12.1
소기업	(108)	1,162.9	1,219.1	868.7	868.7	-25.3	-28.7	4.8	0.0

* 무응답 71개 분석 제외

** 증감률 예시(%) = ('16년 12월 - '16년 9월)/'16년 9월 X 100

○ 업종별 월평균 영업이익 비교 결과는 아래와 같음.

【표 43】 월평균 영업이익 - 업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	월평균 영업이익(만원)				증감률(%)			
			'15년 9월	'15년 12월	'16년 9월	'16년 12월	동월 (9월)	동월 (12월)	동년 (15년)	동년('16 년_시행 전후)
전체		(539)	676.7	698.0	489.4	451.3	-27.7	-35.3	3.1	-7.8
업종	음식점업	(231)	839.9	880.5	606.6	586.0	-27.8	-33.4	4.8	-3.4
	음식료품 소매업	(106)	570.8	569.1	435.2	381.3	-23.8	-33.0	-0.3	-12.4
	전문상품 소매업	(128)	523.3	535.7	346.7	295.0	-33.7	-44.9	2.4	-14.9
	음식료품 도매업	(46)	674.2	679.8	545.4	475.6	-19.1	-30.0	0.8	-12.8
	기타서비스업	(28)	436.1	453.2	288.6	278.6	-33.8	-38.5	3.9	-3.5

* 무응답 71개 분석 제외

** 증감률 예시(%) = ('16년 12월 - '16년 9월)/'16년 9월 X 100

○ 세부업종별 월평균 영업이익 비교 결과는 아래와 같음.

【표 44】 월평균 영업이익 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	월평균 영업이익(만원)				증감률(%)			
			'15년 9월	'15년 12월	'16년 9월	'16년 12월	동월 (9월)	동월 (12월)	동년 (15년)	동년('16 년_시행 전후)
전체		(539)	676.7	698.0	489.4	451.3	-27.7	-35.3	3.1	-7.8
세부 업종	한식전문점	(63)	991.6	1,051.7	695.2	689.9	-29.9	-34.4	6.1	-0.8
	일식전문점	(76)	799.9	837.4	525.4	548.0	-34.3	-34.6	4.7	4.3
	중식전문점	(48)	802.7	802.1	638.4	575.1	-20.5	-28.3	-0.1	-9.9
	양식전문점	(16)	958.8	1,063.1	770.6	703.8	-19.6	-33.8	10.9	-8.7
	주점업 및 비알콜 음료점	(28)	603.3	642.1	479.5	406.8	-20.5	-36.6	6.4	-15.2
	육류소매업	(31)	669.0	654.5	508.2	464.5	-24.0	-29.0	-2.2	-8.6
	수산물소매업	(15)	603.7	590.7	460.0	379.3	-23.8	-35.8	-2.2	-17.5
	건강보조식품소매업	(22)	335.8	342.2	245.3	218.7	-27.0	-36.1	1.9	-10.8
	과실 및 채소 소매업	(25)	521.6	507.4	387.1	315.6	-25.8	-37.8	-2.7	-18.5
	기타 음식료품 위주 종합 소매업	(13)	790.8	843.1	646.2	586.9	-18.3	-30.4	6.6	-9.2
	화초 및 산식물 소매업	(85)	491.5	506.9	310.8	264.0	-36.8	-47.9	3.1	-15.1
	선물용품 소매업	(16)	447.0	464.4	308.1	301.2	-31.1	-35.1	3.9	-2.2
	화장품전문점	(11)	732.7	735.5	502.7	363.6	-31.4	-50.6	0.4	-27.7
	제과점	(16)	624.4	622.5	468.4	406.2	-25.0	-34.7	-0.3	-13.3
	육류도매업	(19)	609.5	578.9	527.6	406.6	-13.4	-29.8	-5.0	-22.9
	수산물 도매업	(23)	754.7	790.0	574.1	543.0	-23.9	-31.3	4.7	-5.4
	기타 가공 식품 도매업	(4)	518.5	525.0	464.8	415.5	-10.4	-20.9	1.3	-10.6
	기타서비스업	(28)	436.1	453.2	288.6	278.6	-33.8	-38.5	3.9	-3.5

* 무응답 71개 분석 제외

** 증감률 예시(%) = ('16년 12월 - '16년 9월)/'16년 9월 X 100

○ 지역별 월평균 영업이익 비교 결과는 아래와 같음.

【표 45】 월평균 영업이익 - 지역별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	월평균 영업이익(만원)				증감률(%)			
			'15년 9월	'15년 12월	'16년 9월	'16년 12월	동월 (9월)	동월 (12월)	동년 (15년)	동년('16년 시행전후)
전체		(539)	676.7	698.0	489.4	451.3	-27.7	-35.3	3.1	-7.8
지역	서울	(191)	688.1	718.2	507.5	461.4	-26.2	-35.8	4.4	-9.1
	부산	(94)	362.4	352.1	248.5	207.6	-31.4	-41.0	-2.8	-16.5
	대구	(67)	523.6	573.9	341.3	359.8	-34.8	-37.3	9.6	5.4
	인천	(45)	1,458.7	1,534.8	1,039.7	862.5	-28.7	-43.8	5.2	-17.0
	광주	(47)	1,051.1	1,003.2	781.3	805.8	-25.7	-19.7	-4.6	3.1
	대전	(48)	609.2	696.7	471.7	460.4	-22.6	-33.9	14.4	-2.4
	울산	(47)	423.1	379.8	308.7	270.1	-27.0	-28.9	-10.2	-12.5

* 무응답 71개 분석 제외

** 증감률 예시(%) = ('16년 12월 - '16년 9월)/'16년 9월 X 100

○ 세부집단별 월평균 영업이익 비교 결과는 아래와 같음.

【표 46】 월평균 영업이익 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

	사례수	월평균 영업이익(만원)				증감률(%)			
		'15년 9월	'15년 12월	'16년 9월	'16년 12월	동월 (9월)	동월 (12월)	동년 (15년)	동년('16년 시행 전후)
전체	(539)	676.7	698.0	489.4	451.3	-27.7	-35.3	3.1	-7.8
사업체 형태									
법인	(25)	1,137.2	1,060.4	876.6	851.4	-22.9	-19.7	-6.8	-2.9
개인	(514)	654.3	680.4	470.6	431.8	-28.1	-36.5	4.0	-8.2
사업체 유형									
독립점포	(476)	645.3	657.2	462.2	427.1	-28.4	-35.0	1.8	-7.6
프랜차이즈 가맹점	(63)	913.6	1,006.2	695.2	633.5	-23.9	-37.0	10.1	-8.9
입지 유형									
전통시장	(111)	532.9	519.2	398.5	346.5	-25.2	-33.3	-2.6	-13.0
백화점 및 집합상가	(47)	620.2	621.9	456.4	420.5	-26.4	-32.4	0.3	-7.9
일반상가	(376)	728.4	763.2	522.8	488.7	-28.2	-36.0	4.8	-6.5
지하상가	(5)	515.0	486.0	310.0	254.0	-39.8	-47.7	-5.6	-18.1

* 무응답 71개 분석 제외

** 증감률 예시(%) = ('16년 12월 - '16년 9월)/'16년 9월 X 100

2) '15년 9월 월평균 영업이익

- '15년 9월 월평균 영업이익을 조사한 결과 평균 676.7만원 인 것으로 나타남.
- 월평균 영업이익이 500만원 이상이 52.9%로 가장 높게 나타남.

【그림 11】 '15년 9월 월평균 영업이익

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 월평균 영업이익 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)



* 무응답 71개 분석 제외

- '15년 9월 소상공인의 월평균 영업이익은 554.9만원이며, 소기업의 월평균 영업이익은 1,162.9만원으로 나타남.

【표 47】 '15년 9월 월평균 영업이익 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 월평균 영업이익 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

	사례수	100만원 미만	100~200만원 미만	200~300만원 미만	300~400만원 미만	400~500만원 미만	500만원 이상	평균 (만원)
전체	(539)	3.3	7.4	10.2	11.1	15.0	52.9	676.7
사업체 규모								
소상공인	(431)	3.9	9.0	12.1	12.8	16.7	45.5	554.9
소기업	(108)	0.9	0.9	2.8	4.6	8.3	82.4	1,162.9

* 무응답 71개 분석 제외

- 업종별로 살펴보면, 음식점업의 경우 월평균 영업이익은 839.9만원으로 가장 높고, 기타서비스업의 월평균 영업이익은 436.1만원으로 가장 낮음.

【표 48】 '15년 9월 월평균 영업이익 - 업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 월평균 영업이익 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

	사례수	100만원 미만	100~200만원 미만	200~300만원 미만	300~400만원 미만	400~500만원 미만	500만원 이상	평균 (만원)
전체	(539)	3.3	7.4	10.2	11.1	15.0	52.9	676.7
업종	음식점업	(231)	1.7	6.1	6.9	6.5	14.3	839.9
	음식료품 소매업	(106)	7.5	9.4	7.5	15.1	14.2	570.8
	전문상품 소매업	(128)	3.9	7.8	16.4	14.8	12.5	523.3
	음식료품 도매업	(46)	2.2	4.3	8.7	17.4	21.7	674.2
	기타서비스업	(28)	0.0	14.3	21.4	7.1	25.0	436.1

* 무응답 71개 분석 제외

- 세부업종별로 살펴보면, 한식전문점업의 월평균 영업이익이 991.6만원으로 가장 높고, 건강보조식품 소매업의 월평균 영업이익이 335.8만원으로 가장 낮은 것으로 나타남.

【표 49】 '15년 9월 월평균 영업이익 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 월평균 영업이익 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

	사례수	100만원 미만	100~200만원 미만	200~300만원 미만	300~400만원 미만	400~500만원 미만	500만원 이상	평균 (만원)
전체	(539)	3.3	7.4	10.2	11.1	15.0	52.9	676.7
세부업종	한식전문점	(63)	1.6	4.8	7.9	0.0	15.9	991.6
	일식전문점	(76)	1.3	6.6	3.9	10.5	14.5	799.9
	중식전문점	(48)	0.0	8.3	6.3	4.2	14.6	802.7
	양식전문점	(16)	0.0	6.3	6.3	6.3	12.5	958.8
	주점업 및 비알콜 음료점	(28)	7.1	3.6	14.3	14.3	10.7	603.3
	육류소매업	(31)	0.0	0.0	6.5	19.4	16.1	669.0
	수산물소매업	(15)	6.7	0.0	6.7	20.0	26.7	603.7
	건강보조식품소매업	(22)	27.3	22.7	4.5	9.1	4.5	335.8
	과실 및 채소 소매업	(25)	4.0	16.0	12.0	12.0	16.0	521.6
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(13)	0.0	7.7	7.7	15.4	7.7	61.5
	화초 및 산식물 소매업	(85)	5.9	7.1	20.0	16.5	8.2	42.4
	선물용품 소매업	(16)	0.0	18.8	18.8	6.3	18.8	37.5
	화장품전문점	(11)	0.0	0.0	0.0	18.2	18.2	63.6
	제과점	(16)	0.0	6.3	6.3	12.5	25.0	50.0
	육류도매업	(19)	0.0	10.5	5.3	21.1	15.8	47.4
	수산물 도매업	(23)	0.0	0.0	8.7	17.4	30.4	43.5
	기타 가공 식품 도매업	(4)	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	50.0
	기타서비스업	(28)	0.0	14.3	21.4	7.1	25.0	32.1

* 무응답 71개 분석 제외

- 지역별로 살펴보면, 인천지역의 월평균 영업이익이 1,458.7만원으로 가장 높으며, 부산지역의 월평균 영업이익이 362.4만원으로 가장 낮음.

【표 50】 '15년 9월 월평균 영업이익 - 지역별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 월평균 영업이익 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	100만원 미만	100~ 200만원 미만	200~ 300만원 미만	300~ 400만원 미만	400~ 500만원 미만	500만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	3.3	7.4	10.2	11.1	15.0	52.9	676.7
지역	서울	(191)	1.0	5.8	11.5	10.5	16.2	55.0	688.1
	부산	(94)	8.5	6.4	13.8	22.3	22.3	26.6	362.4
	대구	(67)	7.5	11.9	7.5	7.5	11.9	53.7	523.6
	인천	(45)	4.4	4.4	6.7	4.4	2.2	77.8	1,458.7
	광주	(47)	0.0	2.1	6.4	2.1	10.6	78.7	1,051.1
	대전	(48)	0.0	8.3	2.1	6.3	20.8	62.5	609.2
	울산	(47)	2.1	17.0	17.0	17.0	10.6	36.2	423.1

* 무응답 71개 분석 제외

- 세부집단별로 살펴보면, 개인보다는 법인, 독립점포 보다는 프랜차이즈 가맹점의 월평균 영업이익이 더 높은 것으로 나타남.
- 입지유형별로 살펴보면, 일반상가의 월평균 영업이익이 728.4만원으로 가장 높은 것으로 나타남.

【표 51】 '15년 9월 월평균 영업이익 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 월평균 영업이익 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	100만원 미만	100~ 200만원 미만	200~ 300만원 미만	300~ 400만원 미만	400~ 500만원 미만	500만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	3.3	7.4	10.2	11.1	15.0	52.9	676.7
사업체 형태	법인	(25)	0.0	4.0	8.0	8.0	12.0	68.0	1,137.2
	개인	(514)	3.5	7.6	10.3	11.3	15.2	52.1	654.3
사업체 유형	독립점포	(476)	3.4	7.6	11.1	12.2	14.7	51.1	645.3
	프랜차이즈 가맹점	(63)	3.2	6.3	3.2	3.2	17.5	66.7	913.6
입지 유형	전통시장	(111)	9.0	8.1	10.8	16.2	18.9	36.9	532.9
	백화점 및 집합상가	(47)	0.0	6.4	17.0	12.8	12.8	51.1	620.2
	일반상가	(376)	2.1	7.4	9.0	9.6	14.1	57.7	728.4
	지하상가	(5)	0.0	0.0	20.0	0.0	20.0	60.0	515.0

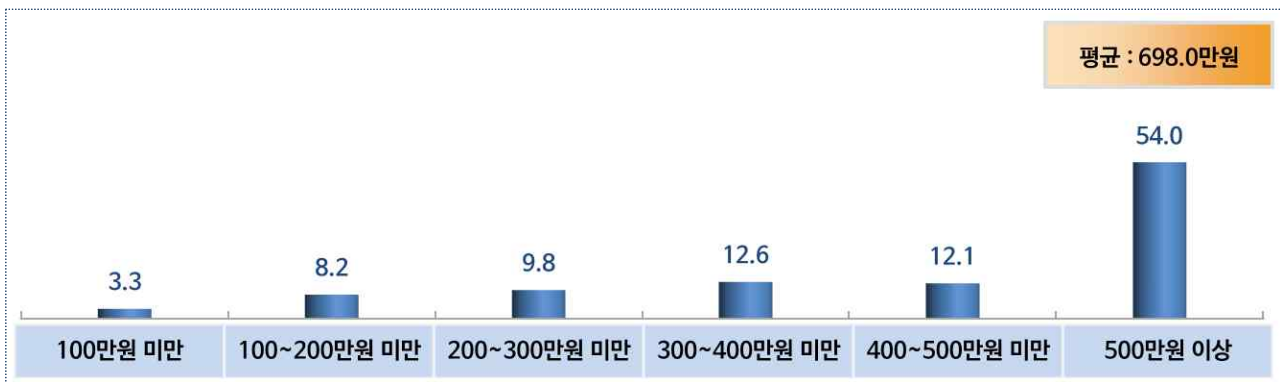
* 무응답 71개 분석 제외

3) '15년 12월 월평균 영업이익

- '15년 12월 월평균 영업이익을 조사한 결과 평균 698.0만원 인 것으로 나타남.
- 월평균 영업이익 500만원 이상이 54.0%로 가장 높게 나타남.

【그림 12】 '15년 12월 월평균 영업이익

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 월평균 영업이익 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)



* 무응답 71개 분석 제외

- '15년 12월 소상공인의 월평균 영업이익은 567.5만원이며, 소기업의 월평균 영업이익은 1,219.1만원으로 나타남.

【표 52】 '15년 12월 월평균 영업이익 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 월평균 영업이익 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

	사례수	100만원 미만	100~200만원 미만	200~300만원 미만	300~400만원 미만	400~500만원 미만	500만원 이상	평균 (만원)
전체	(539)	3.3	8.2	9.8	12.6	12.1	54.0	698.0
사업체 규모								
소상공인	(431)	3.9	10.0	12.1	13.9	13.7	46.4	567.5
소기업	(108)	0.9	0.9	0.9	7.4	5.6	84.3	1,219.1

* 무응답 71개 분석 제외

- 업종별로 살펴본 결과, 음식점업의 월평균 영업이익이 880.5만원으로 가장 높게 나타났으며, 기타서비스업의 경우 453.2만원으로 가장 낮게 나타남.

【표 53】 '15년 12월 월평균 영업이익 - 업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 월평균 영업이익 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	100만원 미만	100~ 200만원 미만	200~ 300만원 미만	300~ 400만원 미만	400~ 500만원 미만	500만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	3.3	8.2	9.8	12.6	12.1	54.0	698.0
업종	음식점업	(231)	0.9	6.5	6.5	10.0	12.6	63.6	880.5
	음식료품 소매업	(106)	8.5	9.4	8.5	13.2	11.3	49.1	569.1
	전문상품 소매업	(128)	4.7	11.7	14.1	14.1	10.2	45.3	535.7
	음식료품 도매업	(46)	2.2	4.3	6.5	23.9	15.2	47.8	679.8
	기타서비스업	(28)	0.0	7.1	28.6	7.1	14.3	42.9	453.2

* 무응답 71개 분석 제외

- 세부업종별로 살펴본 결과, 양식전문점업의 월평균 영업이익이 1,063.1만원으로 가장 높게 나타났으며, 건강보조식품소매업의 경우 342.2만원으로 가장 낮게 나타남.

【표 54】 '15년 12월 월평균 영업이익 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 월평균 영업이익 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	100만원 미만	100~ 200만원 미만	200~ 300만원 미만	300~ 400만원 미만	400~ 500만원 미만	500만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	3.3	8.2	9.8	12.6	12.1	54.0	698.0
세부 업종	한식전문점	(63)	1.6	6.3	4.8	7.9	11.1	68.3	1,051.7
	일식전문점	(76)	0.0	7.9	3.9	9.2	13.2	65.8	837.4
	중식전문점	(48)	0.0	6.3	6.3	10.4	12.5	64.6	802.1
	양식전문점	(16)	0.0	6.3	12.5	6.3	12.5	62.5	1,063.1
	주점업 및 비알콜 음료점	(28)	3.6	3.6	14.3	17.9	14.3	46.4	642.1
	육류소매업	(31)	0.0	0.0	12.9	9.7	12.9	64.5	654.5
	수산물소매업	(15)	6.7	6.7	6.7	20.0	20.0	40.0	590.7
	건강보조식품소매업	(22)	27.3	18.2	0.0	13.6	9.1	31.8	342.2
	과실 및 채소 소매업	(25)	8.0	20.0	8.0	8.0	12.0	44.0	507.4
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(13)	0.0	0.0	15.4	23.1	0.0	61.5	843.1
	화초 및 산식물 소매업	(85)	7.1	11.8	17.6	15.3	5.9	42.4	506.9
	선물용품 소매업	(16)	0.0	25.0	6.3	12.5	12.5	43.8	464.4
	화장품전문점	(11)	0.0	0.0	9.1	0.0	27.3	63.6	735.5
	제과점	(16)	0.0	6.3	6.3	18.8	18.8	50.0	622.5
	육류도매업	(19)	0.0	10.5	5.3	21.1	21.1	42.1	578.9
	수산물 도매업	(23)	0.0	0.0	8.7	26.1	13.0	52.2	790.0
	기타 가공 식품 도매업	(4)	25.0	0.0	0.0	25.0	0.0	50.0	525.0
기타서비스업	(28)	0.0	7.1	28.6	7.1	14.3	42.9	453.2	

* 무응답 71개 분석 제외

- 지역별로 살펴보면, 인천지역 월평균 영업이익이 1,534.8만원으로 가장 높게 나타났으며, 부산지역이 352.1만원으로 가장 낮게 나타남.

【표 55】 '15년 12월 월평균 영업이익 - 지역별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 월평균 영업이익 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	100만원 미만	100~200만원 미만	200~300만원 미만	300~400만원 미만	400~500만원 미만	500만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	3.3	8.2	9.8	12.6	12.1	54.0	698.0
지역	서울	(191)	1.0	6.8	10.5	9.9	13.6	58.1	718.2
	부산	(94)	8.5	8.5	14.9	26.6	20.2	21.3	352.1
	대구	(67)	6.0	13.4	9.0	6.0	7.5	58.2	573.9
	인천	(45)	4.4	4.4	4.4	4.4	2.2	80.0	1,534.8
	광주	(47)	0.0	0.0	2.1	6.4	8.5	83.0	1,003.2
	대전	(48)	0.0	8.3	2.1	10.4	8.3	70.8	696.7
	울산	(47)	4.3	17.0	19.1	21.3	12.8	25.5	379.8

* 무응답 71개 분석 제외

- 세부집단별로 살펴보면, 개인보다는 법인이, 독립점포 보다는 프랜차이즈 가맹점의 월평균 영업이익이 더 높은 것으로 나타남.
- 입지유형별로 살펴보면, 일반상가의 월평균 영업이익이 가장 높은 것으로 나타남.

【표 56】 '15년 12월 월평균 영업이익 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 월평균 영업이익 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	100만원 미만	100~ 200만원 미만	200~ 300만원 미만	300~ 400만원 미만	400~ 500만원 미만	500만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	3.3	8.2	9.8	12.6	12.1	54.0	698.0
사업체 형태	법인	(25)	0.0	4.0	12.0	8.0	12.0	64.0	1,060.4
	개인	(514)	3.5	8.4	9.7	12.8	12.1	53.5	680.4
사업체 유형	독립점포	(476)	3.6	8.6	10.3	13.4	11.6	52.5	657.2
	프랜차이즈 가맹점	(63)	1.6	4.8	6.3	6.3	15.9	65.1	1,006.2
입지 유형	전통시장	(111)	9.9	9.0	10.8	17.1	14.4	38.7	519.2
	백화점 및 집합상가	(47)	0.0	8.5	17.0	10.6	12.8	51.1	621.9
	일반상가	(376)	1.9	7.7	8.8	11.4	11.4	58.8	763.2
	지하상가	(5)	0.0	20.0	0.0	20.0	0.0	60.0	486.0

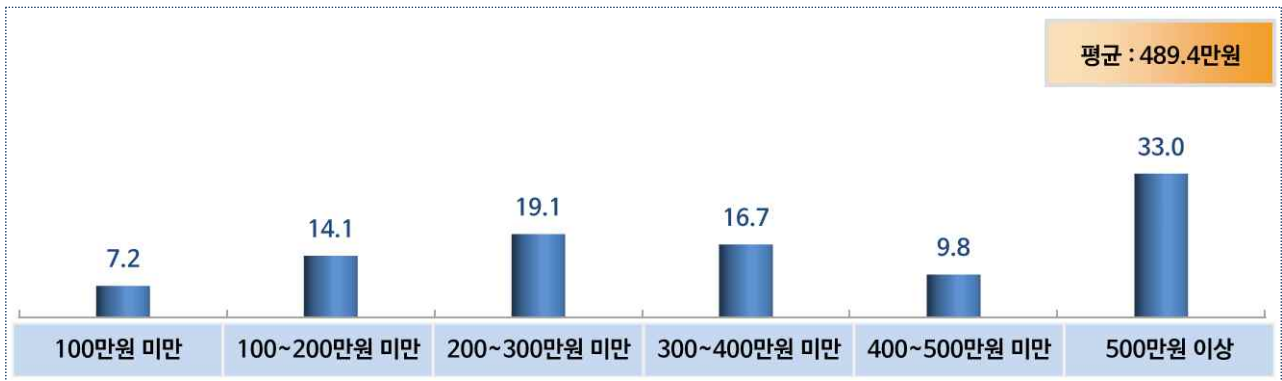
* 무응답 71개 분석 제외

4) '16년 9월 월평균 영업이익

- '16년 9월 월평균 영업이익을 조사한 결과, 평균 489.4만원 인 것으로 나타남.
- 월평균 영업이익이 500만원 이상이 33.0%로 가장 높은 것으로 나타남.

【그림 13】 '16년 9월 월평균 영업이익

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 월평균 영업이익 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)



* 무응답 71개 분석 제외

- '16년 9월 소상공인의 월평균 영업이익은 394.4만원이며, 소기업의 월평균 영업이익은 868.7만원으로 나타남.

【표 57】 '16년 9월 월평균 영업이익 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 월평균 영업이익 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

	사례수	100만원 미만	100~200만원 미만	200~300만원 미만	300~400만원 미만	400~500만원 미만	500만원 이상	평균 (만원)
전체	(539)	7.2	14.1	19.1	16.7	9.8	33.0	489.4
사업체 규모								
소상공인	(431)	8.6	16.0	22.3	18.3	10.0	24.8	394.4
소기업	(108)	1.9	6.5	6.5	10.2	9.3	65.7	868.7

* 무응답 71개 분석 제외

- 업종별로 살펴보면, 음식점업의 월평균 영업이익이 606.6만원으로 가장 높게 나타났으며, 기타서비스업의 월평균 영업이익이 288.6만원으로 가장 낮게 나타남.

【표 58】 '16년 9월 월평균 영업이익 - 업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 월평균 영업이익 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	100만원 미만	100~ 200만원 미만	200~ 300만원 미만	300~ 400만원 미만	400~ 500만원 미만	500만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	7.2	14.1	19.1	16.7	9.8	33.0	489.4
업종	음식점업	(231)	5.2	9.1	14.7	14.3	13.4	43.3	606.6
	음식료품 소매업	(106)	10.4	12.3	21.7	19.8	8.5	27.4	435.2
	전문상품 소매업	(128)	10.9	20.3	25.0	18.0	6.3	19.5	346.7
	음식료품 도매업	(46)	2.2	13.0	17.4	19.6	6.5	41.3	545.4
	기타서비스업	(28)	3.6	35.7	21.4	14.3	7.1	17.9	288.6

* 무응답 71개 분석 제외

- 세부업종별로 조사 결과, 양식전문점업의 월평균 영업이익이 770.6만원으로 가장 높고, 건강보조식품 소매업의 월평균 영업이익이 245.3만원으로 가장 낮게 나타남.

【표 59】 '16년 9월 월평균 영업이익 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 월평균 영업이익 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	100만원 미만	100~200만원 미만	200~300만원 미만	300~400만원 미만	400~500만원 미만	500만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	7.2	14.1	19.1	16.7	9.8	33.0	489.4
세부 업종	한식전문점	(63)	3.2	7.9	14.3	15.9	14.3	44.4	695.2
	일식전문점	(76)	5.3	13.2	14.5	13.2	13.2	40.8	525.4
	중식전문점	(48)	6.3	6.3	12.5	14.6	12.5	47.9	638.4
	양식전문점	(16)	0.0	12.5	6.3	12.5	12.5	56.3	770.6
	주점업 및 비알콜 음료점	(28)	10.7	3.6	25.0	14.3	14.3	32.1	479.5
	육류소매업	(31)	0.0	3.2	29.0	19.4	9.7	38.7	508.2
	수산물소매업	(15)	6.7	6.7	13.3	46.7	6.7	20.0	460.0
	건강보조식품소매업	(22)	36.4	18.2	13.6	9.1	0.0	22.7	245.3
	과실 및 채소 소매업	(25)	8.0	24.0	24.0	20.0	12.0	12.0	387.1
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(13)	0.0	7.7	23.1	7.7	15.4	46.2	646.2
	화초 및 산식물 소매업	(85)	15.3	23.5	27.1	16.5	2.4	15.3	310.8
	선물용품 소매업	(16)	0.0	31.3	31.3	18.8	0.0	18.8	308.1
	화장품전문점	(11)	0.0	0.0	18.2	18.2	27.3	36.4	502.7
	제과점	(16)	6.3	6.3	12.5	25.0	18.8	31.3	468.4
	육류도매업	(19)	0.0	26.3	10.5	15.8	5.3	42.1	527.6
	수산물 도매업	(23)	0.0	4.3	26.1	21.7	8.7	39.1	574.1
	기타 가공 식품 도매업	(4)	25.0	0.0	0.0	25.0	0.0	50.0	464.8
	기타서비스업	(28)	3.6	35.7	21.4	14.3	7.1	17.9	288.6

* 무응답 71개 분석 제외

- 지역별로 살펴보면, 인천지역의 월평균 영업이익이 1,039.7만원으로 가장 높고, 부산 지역의 월평균 영업이익이 248.5만원으로 가장 낮게 나타남.

【표 60】 '16년 9월 월평균 영업이익 - 지역별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 월평균 영업이익 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	100만원 미만	100~ 200만원 미만	200~ 300만원 미만	300~ 400만원 미만	400~ 500만원 미만	500만원 이상	평균 (만원)
전 체		(539)	7.2	14.1	19.1	16.7	9.8	33.0	489.4
지 역	서울	(191)	4.2	13.6	16.8	19.9	10.5	35.1	507.5
	부산	(94)	11.7	19.1	35.1	21.3	4.3	8.5	248.5
	대구	(67)	11.9	17.9	20.9	11.9	11.9	25.4	341.3
	인천	(45)	6.7	8.9	6.7	6.7	0.0	71.1	1,039.7
	광주	(47)	2.1	4.3	8.5	10.6	17.0	57.4	781.3
	대전	(48)	2.1	10.4	14.6	18.8	20.8	33.3	471.7
	울산	(47)	14.9	19.1	21.3	14.9	6.4	23.4	308.7

* 무응답 71개 분석 제외

- 세부집단별로 살펴보면, 개인보다는 법인이, 독립점포 보다는 프랜차이즈 가맹점의 월평균 영업이익이 높은 것으로 나타남.
- 입지유형별로 살펴보면, 일반상가의 월평균 영업이익이 가장 높은 것으로 나타남.

【표 61】 '16년 9월 월평균 영업이익 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 월평균 영업이익 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	100만원 미만	100~ 200만원 미만	200~ 300만원 미만	300~ 400만원 미만	400~ 500만원 미만	500만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	7.2	14.1	19.1	16.7	9.8	33.0	489.4
사업체 형태	법인	(25)	0.0	16.0	8.0	12.0	8.0	56.0	876.6
	개인	(514)	7.6	14.0	19.6	16.9	9.9	31.9	470.6
사업체 유형	독립점포	(476)	7.4	15.3	20.2	16.4	10.3	30.5	462.2
	프랜차이즈 가맹점	(63)	6.3	4.8	11.1	19.0	6.3	52.4	695.2
입지 유형	전통시장	(111)	11.7	15.3	21.6	21.6	5.4	24.3	398.5
	백화점 및 집합상가	(47)	2.1	17.0	25.5	10.6	10.6	34.0	456.4
	일반상가	(376)	6.6	13.6	17.3	15.7	10.9	35.9	522.8
	지하상가	(5)	0.0	0.0	40.0	40.0	20.0	0.0	310.0

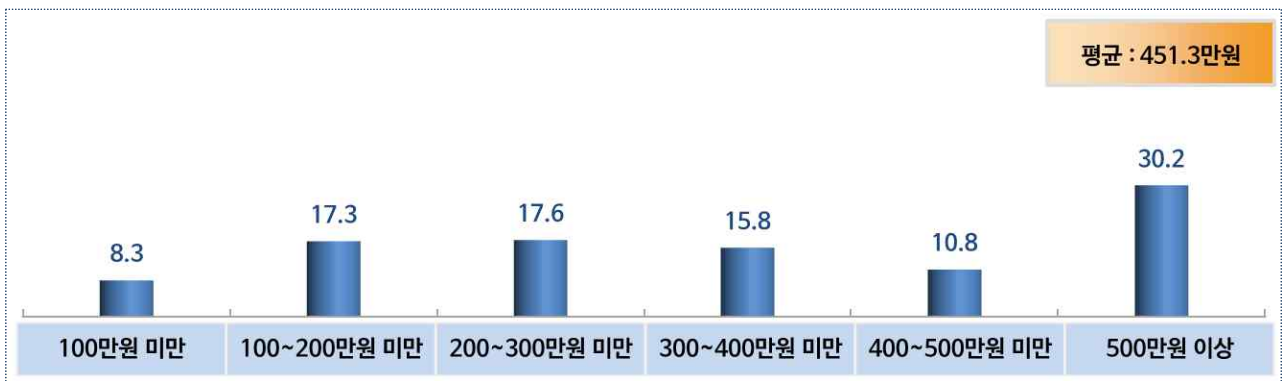
* 무응답 71개 분석 제외

5) '16년 12월 월평균 영업이익

- '16년 12월 월평균 영업이익을 조사한 결과, 평균 451.3만원 인 것으로 나타남.
- 월평균 영업이익이 500만원 이상이 30.2%로 가장 높게 나타남.

【그림 14】 '16년 12월 월평균 영업이익

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 월평균 영업이익 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)



* 무응답 71개 분석 제외

- '16년 12월 소상공인의 월평균 영업이익은 346.6만원이며, 소기업의 월평균 영업이익은 868.7만원인 것으로 나타남.

【표 62】 '16년 12월 월평균 영업이익 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 월평균 영업이익 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

	사례수	100만원 미만	100~200만원 미만	200~300만원 미만	300~400만원 미만	400~500만원 미만	500만원 이상	평균 (만원)
전체	(539)	8.3	17.3	17.6	15.8	10.8	30.2	451.3
사업체 규모								
소상공인	(431)	10.2	20.4	19.7	17.4	10.7	21.6	346.6
소기업	(108)	0.9	4.6	9.3	9.3	11.1	64.8	868.7

* 무응답 71개 분석 제외

- 업종별로 살펴보면, 음식점업의 월평균 영업이익이 586.0만원으로 가장 높고, 기타 서비스업의 월평균 영업이익이 278.6만원으로 가장 낮음.

【표 63】 '16년 12월 월평균 영업이익 - 업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 월평균 영업이익 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	100만원 미만	100~ 200만원 미만	200~ 300만원 미만	300~ 400만원 미만	400~ 500만원 미만	500만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	8.3	17.3	17.6	15.8	10.8	30.2	451.3
업종	음식점업	(231)	3.9	11.3	15.2	15.6	12.1	42.0	586.0
	음식료품 소매업	(106)	14.2	17.0	20.8	11.3	11.3	25.5	381.3
	전문상품 소매업	(128)	14.8	25.0	19.5	18.8	10.2	11.7	295.0
	음식료품 도매업	(46)	4.3	10.9	19.6	21.7	4.3	39.1	475.6
	기타서비스업	(28)	0.0	42.9	14.3	10.7	10.7	21.4	278.6

* 무응답 71개 분석 제외

- 세부업종별로 살펴보면, 양식전문점업의 월평균 영업이익이 703.8만원으로 가장 높고, 건강보조식품 소매업의 월평균 영업이익이 218.7만원으로 가장 낮음.

【표 64】 '16년 12월 월평균 영업이익 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 월평균 영업이익 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	100만원 미만	100~ 200만원 미만	200~ 300만원 미만	300~ 400만원 미만	400~ 500만원 미만	500만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	8.3	17.3	17.6	15.8	10.8	30.2	451.3
세부 업종	한식전문점	(63)	1.6	12.7	12.7	14.3	12.7	46.0	689.9
	일식전문점	(76)	3.9	13.2	15.8	15.8	10.5	40.8	548.0
	중식전문점	(48)	8.3	6.3	10.4	18.8	14.6	41.7	575.1
	양식전문점	(16)	0.0	12.5	12.5	12.5	12.5	50.0	703.8
	주점업 및 비알콜 음료점	(28)	3.6	10.7	28.6	14.3	10.7	32.1	406.8
	육류소매업	(31)	0.0	16.1	19.4	12.9	12.9	38.7	464.5
	수산물소매업	(15)	6.7	13.3	40.0	13.3	6.7	20.0	379.3
	건강보조식품소매업	(22)	45.5	9.1	13.6	9.1	4.5	18.2	218.7
	과실 및 채소 소매업	(25)	16.0	28.0	16.0	16.0	16.0	8.0	315.6
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(13)	0.0	15.4	23.1	0.0	15.4	46.2	586.9
	화초 및 산식물 소매업	(85)	18.8	30.6	21.2	15.3	7.1	7.1	264.0
	선물용품 소매업	(16)	12.5	25.0	18.8	18.8	6.3	18.8	301.2
	화장품전문점	(11)	0.0	9.1	18.2	27.3	18.2	27.3	363.6
	제과점	(16)	6.3	6.3	12.5	31.3	25.0	18.8	406.2
	육류도매업	(19)	5.3	21.1	15.8	15.8	0.0	42.1	406.6
	수산물 도매업	(23)	0.0	4.3	26.1	21.7	8.7	39.1	543.0
	기타 가공 식품 도매업	(4)	25.0	0.0	0.0	50.0	0.0	25.0	415.5
	기타서비스업	(28)	0.0	42.9	14.3	10.7	10.7	21.4	278.6

* 무응답 71개 분석 제외

- 지역별로 살펴보면, 인천지역의 월평균 영업이익이 862.5만원으로 가장 높고, 부산 지역의 월평균 영업이익이 207.6만원으로 가장 낮음.

【표 65】 '16년 12월 월평균 영업이익 - 지역별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 월평균 영업이익 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	100만원 미만	100~ 200만원 미만	200~ 300만원 미만	300~ 400만원 미만	400~ 500만원 미만	500만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	8.3	17.3	17.6	15.8	10.8	30.2	451.3
지역	서울	(191)	5.2	17.3	14.1	19.4	11.5	32.5	461.4
	부산	(94)	13.8	24.5	39.4	12.8	3.2	6.4	207.6
	대구	(67)	13.4	19.4	14.9	13.4	10.4	28.4	359.8
	인천	(45)	6.7	11.1	11.1	2.2	8.9	60.0	862.5
	광주	(47)	0.0	4.3	2.1	14.9	21.3	57.4	805.8
	대전	(48)	2.1	12.5	14.6	27.1	18.8	25.0	460.4
	울산	(47)	19.1	23.4	17.0	12.8	6.4	21.3	270.1

* 무응답 71개 분석 제외

- 세부집단별로 살펴보면, 개인보다는 법인이, 독립점포 보다는 프랜차이즈 가맹점의 월평균 영업이익이 높은 것으로 나타남.
- 입지유형별로 살펴보면, 일반상가의 월평균 영업이익이 가장 높은 것으로 나타남.

【표 66】 '16년 12월 월평균 영업이익 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 월평균 영업이익 응답자(n=539), 단위 : 만원, %)

		사례수	100만원 미만	100~ 200만원 미만	200~ 300만원 미만	300~ 400만원 미만	400~ 500만원 미만	500만원 이상	평균 (만원)
전체		(539)	8.3	17.3	17.6	15.8	10.8	30.2	451.3
사업체 형태	법인	(25)	0.0	16.0	8.0	12.0	12.0	52.0	851.4
	개인	(514)	8.8	17.3	18.1	16.0	10.7	29.2	431.8
사업체 유형	독립점포	(476)	9.0	18.5	18.1	15.5	10.5	28.4	427.1
	프랜차이즈 가맹점	(63)	3.2	7.9	14.3	17.5	12.7	44.4	633.5
입지 유형	전통시장	(111)	17.1	16.2	22.5	15.3	5.4	23.4	346.5
	백화점 및 집합상가	(47)	4.3	21.3	23.4	10.6	14.9	25.5	420.5
	일반상가	(376)	6.4	17.0	15.2	16.5	11.7	33.2	488.7
	지하상가	(5)	0.0	20.0	40.0	20.0	20.0	0.0	254.0

* 무응답 71개 분석 제외

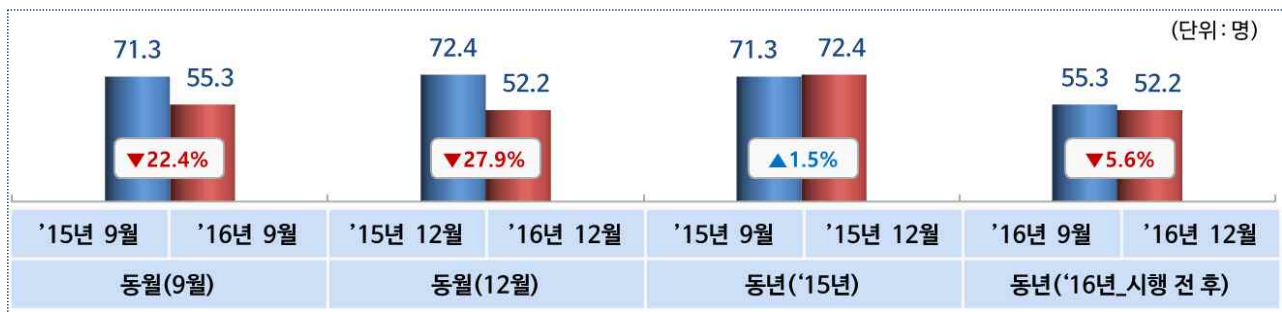
6. 청탁금지법 전·후 일평균 고객 수

1) 일평균 고객 수 현황

- 월평균 매출액 현황을 살펴본 결과, 동년('15년)도 일평균 고객 수는 1.5% 상승하였으며, 동월('9월, '12월) 및 동년('16년 _ 시행 전후) 고객 수는 하락하였음.

【그림 15】 일평균 고객 수

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 명, %)



* 무응답 71개 분석 제외

** 증감률 예시(%) = ('16년 12월 - '16년 9월)/'16년 9월 X 100

- 소기업 및 소상공인 일평균 고객 수 비교 결과는 아래와 같음.

【표 67】 일평균 고객 수 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 명, %)

	사례수	일평균 고객 수(명)				증감률(%)			
		'15년 9월	'15년 12월	'16년 9월	'16년 12월	동월(9월)	동월(12월)	동년('15년)	동년('16년_시행 전후)
전체	(539)	71.3	72.4	55.3	52.2	-22.4	-27.9	1.5	-5.6
사업체 규모									
소상공인	(431)	55.0	55.2	41.4	37.2	-24.7	-32.6	0.4	-10.1
소기업	(108)	136.5	140.6	110.9	112.2	-18.8	-20.2	3.0	1.2

* 무응답 71개 분석 제외

** 증감률 예시(%) = ('16년 12월 - '16년 9월)/'16년 9월 X 100

○ 업종별 일평균 고객 수 비교 결과는 아래와 같음.

【표 68】 일평균 고객 수 - 업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 명, %)

		사례수	일평균 고객 수(명)				증감률(%)			
			'15년 9월	'15년 12월	'16년 9월	'16년 12월	동월 (9월)	동월 (12월)	동년 (‘15년)	동년(‘16 년_시행 전후)
전체		(539)	71.3	72.4	55.3	52.2	-22.4	-27.9	1.5	-5.6
업종	음식점업	(231)	104.5	106.4	81.7	80.5	-21.8	-24.3	1.8	-1.5
	음식료품 소매업	(106)	60.8	60.4	47.7	42.2	-21.5	-30.1	-0.7	-11.5
	전문상품 소매업	(128)	35.8	35.2	24.7	20.4	-31.0	-42.0	-1.7	-17.4
	음식료품 도매업	(46)	50.0	52.9	43.3	38.9	-13.4	-26.5	5.8	-10.2
	기타서비스업	(28)	35.0	38.8	26.1	25.0	-25.4	-35.6	10.9	-4.2

* 무응답 71개 분석 제외

** 증감률 예시(%) = ('16년 12월 - '16년 9월)/'16년 9월 X 100

○ 세부업종별 일평균 고객 수 비교 결과는 아래와 같음.

【표 69】 일평균 고객 수 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 명, %)

		사례수	일평균 고객 수(명)				증감률(%)			
			'15년 9월	'15년 12월	'16년 9월	'16년 12월	동월 (9월)	동월 (12월)	동년 (‘15년)	동년(‘16 년_시행 전후)
전체		(539)	71.3	72.4	55.3	52.2	-22.4	-27.9	1.5	-5.6
세부 업종	한식전문점	(63)	104.5	109.8	82.6	84.5	-21.0	-23.0	5.1	2.3
	일식전문점	(76)	77.7	81.6	52.5	55.8	-32.4	-31.6	5.0	6.3
	중식전문점	(48)	113.5	116.5	92.3	82.0	-18.7	-29.6	2.6	-11.2
	양식전문점	(16)	228.1	212.5	200.9	198.3	-11.9	-6.7	-6.8	-1.3
	주점업 및 비알콜 음료점	(28)	91.0	88.2	72.8	68.2	-20.0	-22.7	-3.1	-6.3
	육류소매업	(31)	56.6	58.6	46.5	43.1	-17.8	-26.5	3.5	-7.3
	수산물소매업	(15)	58.2	56.9	44.3	39.0	-23.9	-31.5	-2.2	-12.0
	건강보조식품소매업	(22)	34.6	31.3	28.2	24.0	-18.5	-23.3	-9.5	-14.9
	과실 및 채소 소매업	(25)	55.8	54.1	38.6	35.2	-30.8	-34.9	-3.0	-8.8
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(13)	128.1	130.0	104.6	88.1	-18.3	-32.2	1.5	-15.8
	화초 및 산식물 소매업	(85)	27.4	27.2	16.6	13.4	-39.4	-50.7	-0.7	-19.3
	선물용품 소매업	(16)	24.1	24.1	18.4	17.0	-23.7	-29.5	0.0	-7.6
	화장품전문점	(11)	56.4	57.3	40.1	28.6	-28.9	-50.1	1.6	-28.7
	제과점	(16)	77.9	73.1	62.9	55.3	-19.3	-24.4	-6.2	-12.1
	육류도매업	(19)	33.4	36.2	33.2	24.5	-0.6	-32.3	8.4	-26.2
	수산물 도매업	(23)	67.0	70.5	54.0	52.3	-19.4	-25.8	5.2	-3.1
	기타 가공 식품 도매업	(4)	30.5	30.6	29.8	29.8	-2.3	-2.6	0.3	0.0
	기타서비스업	(28)	35.0	38.8	26.1	25.0	-25.4	-35.6	10.9	-4.2

* 무응답 71개 분석 제외

** 증감률 예시(%) = ('16년 12월 - '16년 9월)/'16년 9월 X 100

○ 지역별 일평균 고객 수 비교 결과는 아래와 같음.

【표 70】 일평균 고객 수 - 지역별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 명, %)

		사례수	일평균 고객 수(명)				증감률(%)			
			'15년 9월	'15년 12월	'16년 9월	'16년 12월	동월 (9월)	동월 (12월)	동년 (‘15년)	동년(‘16년 시행전후)
전체		(539)	71.3	72.4	55.3	52.2	-22.4	-27.9	1.5	-5.6
지역	서울	(191)	65.2	67.4	51.5	47.5	-21.0	-29.5	3.4	-7.8
	부산	(94)	66.5	61.4	44.4	38.0	-33.2	-38.1	-7.7	-14.4
	대구	(67)	49.6	57.1	40.5	39.7	-18.3	-30.5	15.1	-2.0
	인천	(45)	75.6	75.6	51.3	44.4	-32.1	-41.3	0.0	-13.5
	광주	(47)	156.3	157.8	132.2	138.7	-15.4	-12.1	1.0	4.9
	대전	(48)	63.9	69.5	53.7	52.8	-16.0	-24.0	8.8	-1.7
	울산	(47)	55.5	50.6	42.1	38.3	-24.1	-24.3	-8.8	-9.0

* 무응답 71개 분석 제외

** 증감률 예시(%) = ('16년 12월 - '16년 9월)/'16년 9월 X 100

○ 세부집단별 일평균 고객 수 비교 결과는 아래와 같음.

【표 71】 일평균 고객 수 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 매출액 응답자(n=539), 단위 : 명, %)

		사례수	일평균 고객 수(명)				증감률(%)			
			'15년 9월	'15년 12월	'16년 9월	'16년 12월	동월 (9월)	동월 (12월)	동년 (‘15년)	동년(‘16년 시행전후)
전체		(539)	71.3	72.4	55.3	52.2	-22.4	-27.9	1.5	-5.6
사업체 형태	법인	(25)	164.9	162.0	144.2	149.3	-12.6	-7.8	-1.8	3.5
	개인	(514)	66.8	68.0	51.0	47.5	-23.7	-30.1	1.8	-6.9
사업체 유형	독립점포	(476)	63.5	65.3	48.2	45.4	-24.1	-30.5	2.8	-5.8
	프랜차이즈 가맹점	(63)	130.4	125.7	109.1	104.2	-16.3	-17.1	-3.6	-4.5
입지 유형	전통시장	(111)	57.4	57.3	45.5	40.1	-20.7	-30.0	-0.2	-11.9
	백화점 및 집합상가	(47)	56.8	57.0	44.1	39.2	-22.4	-31.2	0.4	-11.1
	일반상가	(376)	77.0	78.6	59.5	57.4	-22.7	-27.0	2.1	-3.5
	지하상가	(5)	87.8	85.4	65.0	57.6	-26.0	-32.6	-2.7	-11.4

* 무응답 71개 분석 제외

** 증감률 예시(%) = ('16년 12월 - '16년 9월)/'16년 9월 X 100

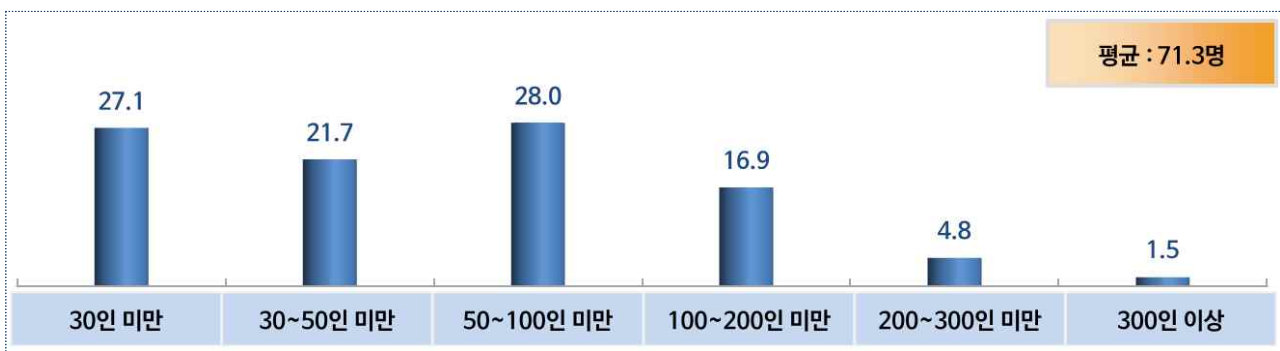
2) '15년 9월 일평균 고객 수

○ '15년 9월 일평균 고객 수를 조사한 결과 71.3명인 것으로 나타남.

- 50~100인 미만인 28.0%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 30인 미만 27.1%, 30~50인 미만 21.7% 등의 순임.

【그림 16】 '15년 9월 일평균 고객 수

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 일평균 고객 수 응답자(n=539), 단위 : 명, %)



* 무응답 71개 분석 제외

○ 소상공인의 일평균 고객 수는 55.0명이며, 소기업의 일평균 고객 수는 136.5명인 것으로 나타남.

【표 72】 '15년 9월 일평균 고객 수 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 일평균 고객 수 응답자(n=539), 단위 : 명, %)

	사례수	30인 미만	30~50인 미만	50~100인 미만	100~200인 미만	200~300인 미만	300인 이상	평균 (명)
전체	(539)	27.1	21.7	28.0	16.9	4.8	1.5	71.3
사업체 규모								
소상공인	(431)	32.9	24.6	26.2	13.9	1.6	0.7	55.0
소기업	(108)	3.7	10.2	35.2	28.7	17.6	4.6	136.5

* 무응답 71개 분석 제외

- 업종별로 살펴본 결과, 음식점업의 일평균 고객 수가 104.5명으로 가장 많았으며, 기타서비스업의 일평균 고객수가 35.0명으로 가장 적은 것으로 나타남.

【표 73】 '15년 9월 일평균 고객 수 - 업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 일평균 고객 수 응답자(n=539), 단위 : 명, %)

		사례수	30인 미만	30~50인 미만	50~100인 미만	100~200인 미만	200~300인 미만	300인 이상	평균 (명)
	전체	(539)	27.1	21.7	28.0	16.9	4.8	1.5	71.3
업종	음식점업	(231)	7.8	16.9	36.4	27.7	8.7	2.6	104.5
	음식료품 소매업	(106)	30.2	23.6	27.4	14.2	3.8	0.9	60.8
	전문상품 소매업	(128)	51.6	27.3	14.8	4.7	1.6	0.0	35.8
	음식료품 도매업	(46)	34.8	26.1	26.1	10.9	0.0	2.2	50.0
	기타서비스업	(28)	50.0	21.4	25.0	3.6	0.0	0.0	35.0

* 무응답 71개 분석 제외

- 세부업종별로 살펴본 결과, 양식전문점업의 일평균 고객 수가 228.1명으로 가장 많았으며, 선물용품 소매점의 일평균 고객수가 24.1명으로 가장 적은 것으로 나타남.

【표 74】 '15년 9월 일평균 고객 수 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 일평균 고객 수 응답자(n=539), 단위 : 명, %)

		사례수	30인 미만	30~50인 미만	50~100인 미만	100~200인 미만	200~300인 미만	300인 이상	평균 (명)
	전체	(539)	27.1	21.7	28.0	16.9	4.8	1.5	71.3
세부업종	한식전문점	(63)	7.9	9.5	38.1	30.2	12.7	1.6	104.5
	일식전문점	(76)	7.9	21.1	40.8	26.3	2.6	1.3	77.7
	중식전문점	(48)	4.2	18.8	27.1	35.4	12.5	2.1	113.5
	양식전문점	(16)	18.8	18.8	18.8	31.3	0.0	12.5	228.1
	주점업 및 비알콜 음료점	(28)	7.1	17.9	46.4	10.7	14.3	3.6	91.0
	육류소매업	(31)	22.6	22.6	38.7	16.1	0.0	0.0	56.6
	수산물소매업	(15)	20.0	33.3	33.3	6.7	6.7	0.0	58.2
	건강보조식품소매업	(22)	81.8	9.1	0.0	0.0	9.1	0.0	34.6
	과실 및 채소 소매업	(25)	12.0	36.0	44.0	8.0	0.0	0.0	55.8
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(13)	7.7	15.4	7.7	53.8	7.7	7.7	128.1
	화초 및 산식물 소매업	(85)	56.5	31.8	10.6	1.2	0.0	0.0	27.4
	선물용품 소매업	(16)	81.3	12.5	0.0	6.3	0.0	0.0	24.1
	화장품전문점	(11)	18.2	36.4	27.3	18.2	0.0	0.0	56.4
	제과점	(16)	18.8	12.5	43.8	12.5	12.5	0.0	77.9
	육류도매업	(19)	47.4	21.1	31.6	0.0	0.0	0.0	33.4
	수산물 도매업	(23)	21.7	30.4	21.7	21.7	0.0	4.3	67.0
	기타 가공 식품 도매업	(4)	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	30.5
	기타서비스업	(28)	50.0	21.4	25.0	3.6	0.0	0.0	35.0

* 무응답 71개 분석 제외

- 지역별로 살펴본 결과, 광주지역의 일평균 고객 수가 156.3명으로 가장 많았으며, 대구지역의 일평균 고객수가 49.6명으로 가장 적은 것으로 조사됨.

【표 75】 '15년 9월 일평균 고객 수 - 지역별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 일평균 고객 수 응답자(n=539), 단위 : 명, %)

		사례수	30인 미만	30~50인 미만	50~100인 미만	100~200인 미만	200~300인 미만	300인 이상	평균 (명)
전체		(539)	27.1	21.7	28.0	16.9	4.8	1.5	71.3
지역	서울	(191)	26.2	18.3	32.5	16.8	5.2	1.0	65.2
	부산	(94)	19.1	30.9	29.8	16.0	2.1	2.1	66.5
	대구	(67)	46.3	19.4	13.4	16.4	4.5	0.0	49.6
	인천	(45)	17.8	24.4	31.1	17.8	8.9	0.0	75.6
	광주	(47)	23.4	17.0	23.4	17.0	10.6	8.5	156.3
	대전	(48)	20.8	20.8	43.8	12.5	2.1	0.0	63.9
	울산	(47)	38.3	23.4	12.8	23.4	2.1	0.0	55.5

* 무응답 71개 분석 제외

- 세부집단별로 살펴본 결과, 개인보다는 법인이, 독립점포보다 프랜차이즈 가맹점의 일평균 고객 수가 더 많은 것으로 나타남.
- 입지유형별로 살펴보면, 지하상가의 일평균 고객 수가 가장 많은 것으로 나타남.

【표 76】 '15년 9월 일평균 고객 수 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 일평균 고객 수 응답자(n=539), 단위 : 명, %)

		사례수	30인 미만	30~50인 미만	50~100인 미만	100~200인 미만	200~300인 미만	300인 이상	평균 (명)
전체		(539)	27.1	21.7	28.0	16.9	4.8	1.5	71.3
사업체 형태	법인	(25)	20.0	28.0	16.0	16.0	12.0	8.0	164.9
	개인	(514)	27.4	21.4	28.6	16.9	4.5	1.2	66.8
사업체 유형	독립점포	(476)	28.2	22.3	28.6	16.4	3.6	1.1	63.5
	프랜차이즈 가맹점	(63)	19.0	17.5	23.8	20.6	14.3	4.8	130.4
입지 유형	전통시장	(111)	31.5	24.3	25.2	16.2	1.8	0.9	57.4
	백화점 및 집합상가	(47)	27.7	34.0	21.3	14.9	2.1	0.0	56.8
	일반상가	(376)	25.8	19.1	30.1	17.3	5.9	1.9	77.0
	지하상가	(5)	20.0	40.0	0.0	20.0	20.0	0.0	87.8

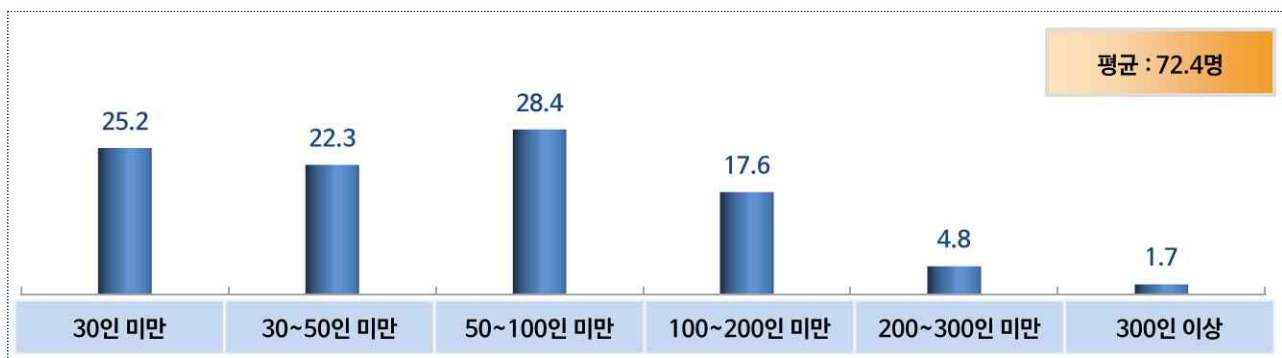
* 무응답 71개 분석 제외

3) '15년 12월 일평균 고객 수

- '15년 12월 일평균 고객 수를 조사한 결과 72.4명인 것으로 나타남.
- 50~100인 미만인 28.4%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 30인 미만 25.2%, 30~50인 미만 22.3% 등의 순임.

【그림 17】 '15년 12월 일평균 고객 수

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 일평균 고객 수 응답자(n=539), 단위 : 명, %)



* 무응답 71개 분석 제외

- 소상공인의 일평균 고객 수는 55.2명이며, 소기업의 일평균 고객 수는 140.6명인 것으로 나타남.

【표 77】 '15년 12월 일평균 고객 수 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 일평균 고객 수 응답자(n=539), 단위 : 명, %)

	사례수	30인 미만	30~50인 미만	50~100인 미만	100~200인 미만	200~300인 미만	300인 이상	평균 (명)
전체	(539)	25.2	22.3	28.4	17.6	4.8	1.7	72.4
사업체 규모								
소상공인	(431)	31.1	25.1	26.9	14.4	2.1	0.5	55.2
소기업	(108)	1.9	11.1	34.3	30.6	15.7	6.5	140.6

* 무응답 71개 분석 제외

- 업종별로 살펴본 결과, 음식점업의 일평균 고객 수가 106.4명으로 가장 많았으며, 전문상품 소매업의 일평균 고객수가 35.2명으로 가장 적은 것으로 나타남.

【표 78】 '15년 12월 일평균 고객 수 - 업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 일평균 고객 수 응답자(n=539), 단위 : 명, %)

		사례수	30인 미만	30~50인 미만	50~100인 미만	100~200인 미만	200~300인 미만	300인 이상	평균 (명)
	전체	(539)	25.2	22.3	28.4	17.6	4.8	1.7	72.4
업종	음식점업	(231)	6.1	19.0	35.1	28.1	8.2	3.5	106.4
	음식료품 소매업	(106)	30.2	21.7	28.3	14.2	5.7	0.0	60.4
	전문상품 소매업	(128)	50.8	24.2	18.8	5.5	0.8	0.0	35.2
	음식료품 도매업	(46)	32.6	28.3	21.7	15.2	0.0	2.2	52.9
	기타서비스업	(28)	35.7	32.1	28.6	3.6	0.0	0.0	38.8

* 무응답 71개 분석 제외

- 세부업종별로 살펴본 결과, 양식전문점업의 일평균 고객 수가 212.5명으로 가장 많았으며, 선물용품 소매점의 일평균 고객수가 24.1명으로 가장 적은 것으로 나타남.

【표 79】 '15년 12월 일평균 고객 수 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 일평균 고객 수 응답자(n=539), 단위 : 명, %)

		사례수	30인 미만	30~50인 미만	50~100인 미만	100~200인 미만	200~300인 미만	300인 이상	평균 (명)
	전체	(539)	25.2	22.3	28.4	17.6	4.8	1.7	72.4
세부업종	한식전문점	(63)	4.8	11.1	39.7	28.6	11.1	4.8	109.8
	일식전문점	(76)	5.3	26.3	35.5	26.3	5.3	1.3	81.6
	중식전문점	(48)	4.2	14.6	31.3	39.6	6.3	4.2	116.5
	양식전문점	(16)	18.8	18.8	25.0	25.0	0.0	12.5	212.5
	주점업 및 비알콜 음료점	(28)	7.1	25.0	35.7	14.3	17.9	0.0	88.2
	육류소매업	(31)	16.1	25.8	38.7	19.4	0.0	0.0	58.6
	수산물소매업	(15)	33.3	20.0	33.3	6.7	6.7	0.0	56.9
	건강보조식품소매업	(22)	77.3	13.6	0.0	0.0	9.1	0.0	31.3
	과실 및 채소 소매업	(25)	20.0	24.0	48.0	8.0	0.0	0.0	54.1
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(13)	0.0	23.1	7.7	46.2	23.1	0.0	130.0
	화초 및 산식물 소매업	(85)	56.5	28.2	14.1	1.2	0.0	0.0	27.2
	선물용품 소매업	(16)	81.3	0.0	12.5	6.3	0.0	0.0	24.1
	화장품전문점	(11)	9.1	45.5	27.3	18.2	0.0	0.0	57.3
	제과점	(16)	18.8	12.5	43.8	18.8	6.3	0.0	73.1
	육류도매업	(19)	42.1	26.3	26.3	5.3	0.0	0.0	36.2
	수산물 도매업	(23)	21.7	30.4	17.4	26.1	0.0	4.3	70.5
	기타 가공 식품 도매업	(4)	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	30.6
	기타서비스업	(28)	35.7	32.1	28.6	3.6	0.0	0.0	38.8

* 무응답 71개 분석 제외

- 지역별로 살펴본 결과, 광주지역의 일평균 고객 수가 157.8명으로 가장 많았으며, 울산지역의 일평균 고객수가 50.6명으로 가장 적은 것으로 조사됨.

【표 80】 '15년 12월 일평균 고객 수 - 지역별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 일평균 고객 수 응답자(n=539), 단위 : 명, %)

		사례수	30인 미만	30~50인 미만	50~100인 미만	100~200인 미만	200~300인 미만	300인 이상	평균 (명)
전 체		(539)	25.2	22.3	28.4	17.6	4.8	1.7	72.4
지 역	서울	(191)	25.7	18.3	31.4	19.4	3.7	1.6	67.4
	부산	(94)	20.2	30.9	30.9	14.9	2.1	1.1	61.4
	대구	(67)	43.3	23.9	11.9	16.4	3.0	1.5	57.1
	인천	(45)	17.8	15.6	37.8	20.0	8.9	0.0	75.6
	광주	(47)	12.8	23.4	25.5	12.8	17.0	8.5	157.8
	대전	(48)	14.6	16.7	45.8	18.8	4.2	0.0	69.5
	울산	(47)	38.3	29.8	10.6	19.1	2.1	0.0	50.6

* 무응답 71개 분석 제외

- 세부집단별로 살펴본 결과, 개인보다는 법인이, 독립점포보다 프랜차이즈 가맹점의 일평균 고객 수가 더 많은 것으로 나타남.
- 입지유형별로 살펴보면, 지하상가의 일평균 고객 수가 가장 많은 것으로 나타남.

【표 81】 '15년 12월 일평균 고객 수 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 일평균 고객 수 응답자(n=539), 단위 : 명, %)

		사례수	30인 미만	30~50인 미만	50~100인 미만	100~200인 미만	200~300인 미만	300인 이상	평균 (명)
전체		(539)	25.2	22.3	28.4	17.6	4.8	1.7	72.4
사업체 형태	법인	(25)	28.0	20.0	16.0	12.0	16.0	8.0	162.0
	개인	(514)	25.1	22.4	29.0	17.9	4.3	1.4	68.0
사업체 유형	독립점포	(476)	26.1	23.1	28.8	17.2	3.4	1.5	65.3
	프랜차이즈 가맹점	(63)	19.0	15.9	25.4	20.6	15.9	3.2	125.7
입지 유형	전통시장	(111)	34.2	20.7	23.4	18.9	1.8	0.9	57.3
	백화점 및 집합상가	(47)	29.8	27.7	23.4	17.0	2.1	0.0	57.0
	일반상가	(376)	22.1	21.8	30.9	17.3	5.9	2.1	78.6
	지하상가	(5)	20.0	40.0	0.0	20.0	20.0	0.0	85.4

* 무응답 71개 분석 제외

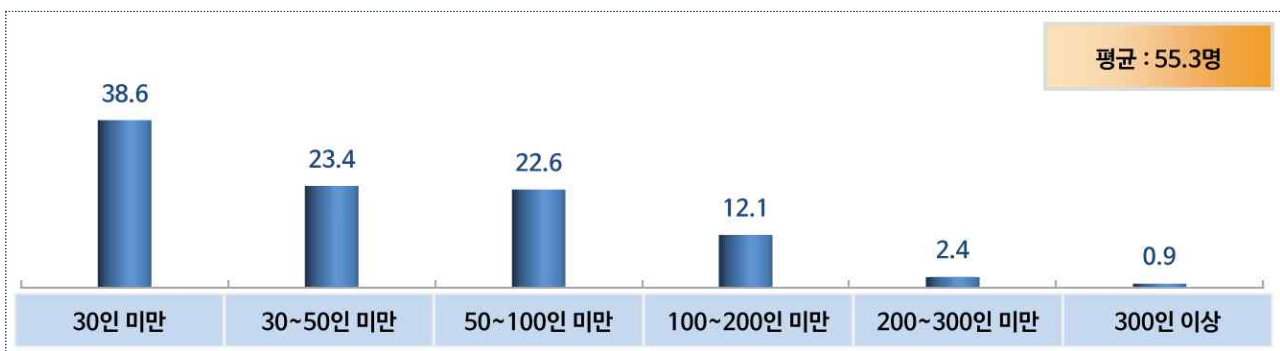
4) '16년 9월 일평균 고객 수

○ '16년 9월 일평균 고객 수를 조사한 결과 55.3명인 것으로 나타남.

- 30인 미만이 38.6%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 30~50인 미만 23.4%, 50~100인 미만 22.6% 등의 순임.

【그림 18】 '16년 9월 일평균 고객 수

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 일평균 고객 수 응답자(n=539), 단위 : 명, %)



* 무응답 71개 분석 제외

- 소상공인의 일평균 고객 수는 41.4명이며, 소기업의 일평균 고객 수는 110.9명인 것으로 나타남.

【표 82】 '16년 9월 일평균 고객 수 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 일평균 고객 수 응답자(n=539), 단위 : 명, %)

	사례수	30인 미만	30~50인 미만	50~100인 미만	100~200인 미만	200~300인 미만	300인 이상	평균 (명)
전체	(539)	38.6	23.4	22.6	12.1	2.4	0.9	55.3
사업체 규모								
소상공인	(431)	46.2	24.8	19.7	7.9	0.9	0.5	41.4
소기업	(108)	8.3	17.6	34.3	28.7	8.3	2.8	110.9

* 무응답 71개 분석 제외

- 업종별로 살펴본 결과, 음식점업의 일평균 고객 수가 81.7명으로 가장 많았으며, 전문상품 소매업의 일평균 고객수가 24.7명으로 가장 적은 것으로 나타남.

【표 83】 '16년 9월 일평균 고객 수 - 업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 일평균 고객 수 응답자(n=539), 단위 : 명, %)

		사례수	30인 미만	30~50인 미만	50~100인 미만	100~200인 미만	200~300인 미만	300인 이상	평균 (명)
전체		(539)	38.6	23.4	22.6	12.1	2.4	0.9	55.3
업종	음식점업	(231)	16.0	23.8	34.6	20.3	3.5	1.7	81.7
	음식료품 소매업	(106)	41.5	28.3	15.1	11.3	3.8	0.0	47.7
	전문상품 소매업	(128)	71.1	15.6	10.2	2.3	0.8	0.0	24.7
	음식료품 도매업	(46)	39.1	28.3	26.1	4.3	0.0	2.2	43.3
	기타서비스업	(28)	64.3	28.6	3.6	3.6	0.0	0.0	26.1

* 무응답 71개 분석 제외

- 세부업종별로 살펴본 결과, 양식전문점업의 일평균 고객 수가 200.9명으로 가장 많았으며, 화초 및 산식물 소매업의 일평균 고객수가 16.6명으로 가장 적은 것으로 나타남.

【표 84】 '16년 9월 일평균 고객 수 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 일평균 고객 수 응답자(n=539), 단위 : 명, %)

		사례수	30인 미만	30~50인 미만	50~100인 미만	100~200인 미만	200~300인 미만	300인 이상	평균 (명)
전체		(539)	38.6	23.4	22.6	12.1	2.4	0.9	55.3
세부 업종	한식전문점	(63)	9.5	15.9	42.9	25.4	4.8	1.6	82.6
	일식전문점	(76)	23.7	30.3	30.3	15.8	0.0	0.0	52.5
	중식전문점	(48)	10.4	18.8	37.5	25.0	6.3	2.1	92.3
	양식전문점	(16)	25.0	18.8	25.0	18.8	0.0	12.5	200.9
	주점업 및 비알콜 음료점	(28)	14.3	35.7	28.6	14.3	7.1	0.0	72.8
	육류소매업	(31)	25.8	38.7	25.8	9.7	0.0	0.0	46.5
	수산물소매업	(15)	46.7	33.3	6.7	13.3	0.0	0.0	44.3
	건강보조식품소매업	(22)	86.4	4.5	0.0	0.0	9.1	0.0	28.2
	과실 및 채소 소매업	(25)	36.0	36.0	24.0	4.0	0.0	0.0	38.6
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(13)	7.7	23.1	7.7	46.2	15.4	0.0	104.6
	화초 및 산식물 소매업	(85)	82.4	12.9	3.5	1.2	0.0	0.0	16.6
	선물용품 소매업	(16)	87.5	6.3	0.0	6.3	0.0	0.0	18.4
	화장품전문점	(11)	36.4	27.3	36.4	0.0	0.0	0.0	40.1
	제과점	(16)	18.8	31.3	37.5	6.3	6.3	0.0	62.9
	육류도매업	(19)	52.6	15.8	26.3	5.3	0.0	0.0	33.2
	수산물 도매업	(23)	30.4	30.4	30.4	4.3	0.0	4.3	54.0
	기타 가공 식품 도매업	(4)	25.0	75.0	0.0	0.0	0.0	0.0	29.8
	기타서비스업	(28)	64.3	28.6	3.6	3.6	0.0	0.0	26.1

* 무응답 71개 분석 제외

- 지역별로 살펴본 결과, 광주지역의 일평균 고객 수가 132.2명으로 가장 많았으며, 대구지역의 일평균 고객수가 40.5명으로 가장 적은 것으로 조사됨.

【표 85】 '16년 9월 일평균 고객 수 - 지역별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 일평균 고객 수 응답자(n=539), 단위 : 명, %)

	사례수	30인 미만	30~50인 미만	50~100인 미만	100~200인 미만	200~300인 미만	300인 이상	평균 (명)
전체	(539)	38.6	23.4	22.6	12.1	2.4	0.9	55.3
지역	서울	(191)	37.7	19.9	28.3	10.5	3.1	51.5
	부산	(94)	38.3	24.5	26.6	9.6	1.1	44.4
	대구	(67)	53.7	19.4	11.9	13.4	1.5	40.5
	인천	(45)	42.2	22.2	15.6	17.8	2.2	51.3
	광주	(47)	25.5	34.0	10.6	17.0	4.3	132.2
	대전	(48)	25.0	25.0	37.5	10.4	2.1	53.7
	울산	(47)	44.7	29.8	10.6	12.8	2.1	42.1

* 무응답 71개 분석 제외

- 세부집단별로 살펴본 결과, 개인보다는 법인이, 독립점포보다 프랜차이즈 가맹점의 일평균 고객 수가 더 많은 것으로 나타남.
- 입지유형별로 살펴보면, 지하상가의 일평균 고객 수가 가장 많은 것으로 나타남.

【표 86】 '16년 9월 일평균 고객 수 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 일평균 고객 수 응답자(n=539), 단위 : 명, %)

	사례수	30인 미만	30~50인 미만	50~100인 미만	100~200인 미만	200~300인 미만	300인 이상	평균 (명)
전체	(539)	38.6	23.4	22.6	12.1	2.4	0.9	55.3
사업체 형태	법인	(25)	36.0	16.0	20.0	12.0	8.0	144.2
	개인	(514)	38.7	23.7	22.8	12.1	2.1	51.0
사업체 유형	독립점포	(476)	40.1	24.2	22.1	11.8	1.3	48.2
	프랜차이즈 가맹점	(63)	27.0	17.5	27.0	14.3	11.1	109.1
입지 유형	전통시장	(111)	37.8	27.9	21.6	11.7	0.0	45.5
	백화점 및 집합상가	(47)	40.4	31.9	17.0	8.5	2.1	44.1
	일반상가	(376)	38.3	21.3	23.7	12.5	3.2	59.5
	지하상가	(5)	60.0	0.0	20.0	20.0	0.0	65.0

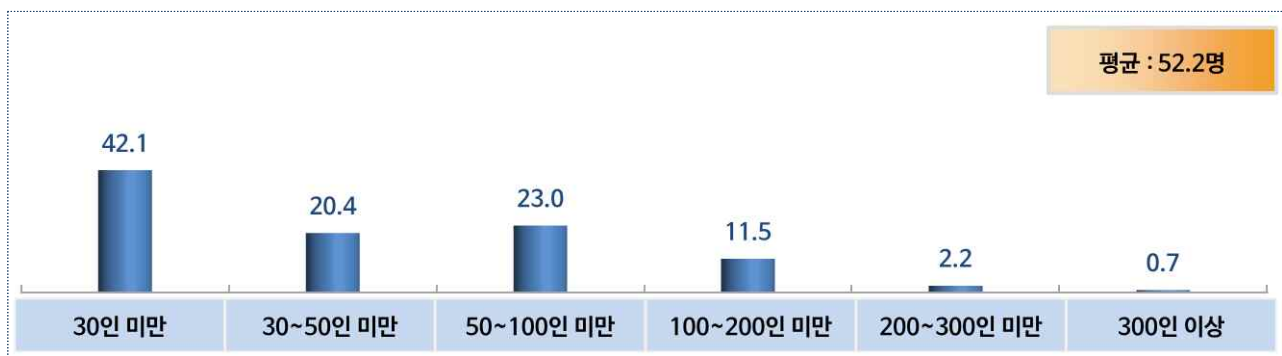
* 무응답 71개 분석 제외

5) '16년 12월 일평균 고객 수

- '16년 12월 일평균 고객 수를 조사한 결과 52.2명인 것으로 나타남.
- 30인 미만이 42.1%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 50~100인 미만 23.0%, 30~50인 미만 20.4% 등의 순임.

【그림 19】 '16년 12월 일평균 고객 수

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 일평균 고객 수 응답자(n=539), 단위 : 명, %)



* 무응답 71개 분석 제외

- 소상공인의 일평균 고객 수는 37.2명이며, 소기업의 일평균 고객 수는 112.2명인 것으로 나타남.

【표 87】 '16년 12월 일평균 고객 수 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 일평균 고객 수 응답자(n=539), 단위 : 명, %)

	사례수	30인 미만	30~50인 미만	50~100인 미만	100~200인 미만	200~300인 미만	300인 이상	평균 (명)
전체	(539)	42.1	20.4	23.0	11.5	2.2	0.7	52.2
사업체 규모								
소상공인	(431)	50.6	21.3	20.0	7.4	0.2	0.5	37.2
소기업	(108)	8.3	16.7	35.2	27.8	10.2	1.9	112.2

* 무응답 71개 분석 제외

- 업종별로 살펴본 결과, 음식점업의 일평균 고객 수가 80.5명으로 가장 많았으며, 전문상품 소매업의 일평균 고객 수가 20.4명으로 가장 적은 것으로 나타남.

【표 88】 '16년 12월 일평균 고객 수 - 업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 일평균 고객 수 응답자(n=539), 단위 : 명, %)

		사례수	30인 미만	30~50인 미만	50~100인 미만	100~200인 미만	200~300인 미만	300인 이상	평균 (명)
전체		(539)	42.1	20.4	23.0	11.5	2.2	0.7	52.2
업종	음식점업	(231)	18.6	21.2	35.1	19.0	4.8	1.3	80.5
	음식료품 소매업	(106)	43.4	27.4	16.0	12.3	0.9	0.0	42.2
	전문상품 소매업	(128)	74.2	14.1	9.4	2.3	0.0	0.0	20.4
	음식료품 도매업	(46)	50.0	21.7	23.9	2.2	0.0	2.2	38.9
	기타서비스업	(28)	71.4	14.3	10.7	3.6	0.0	0.0	25.0

* 무응답 71개 분석 제외

- 세부업종별로 살펴본 결과, 양식전문점업의 일평균 고객 수가 198.3명으로 가장 많았으며, 화초 및 산식물 소매업의 일평균 고객 수가 13.4명으로 가장 적은 것으로 나타남.

【표 89】 '16년 12월 일평균 고객 수 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 일평균 고객 수 응답자(n=539), 단위 : 명, %)

		사례수	30인 미만	30~50인 미만	50~100인 미만	100~200인 미만	200~300인 미만	300인 이상	평균 (명)
전체		(539)	42.1	20.4	23.0	11.5	2.2	0.7	52.2
세부업종	한식전문점	(63)	11.1	20.6	31.7	27.0	9.5	0.0	84.5
	일식전문점	(76)	25.0	19.7	42.1	11.8	1.3	0.0	55.8
	중식전문점	(48)	14.6	16.7	39.6	22.9	4.2	2.1	82.0
	양식전문점	(16)	31.3	12.5	25.0	18.8	0.0	12.5	198.3
	주점업 및 비알콜 음료점	(28)	17.9	39.3	21.4	14.3	7.1	0.0	68.2
	육류소매업	(31)	25.8	38.7	29.0	6.5	0.0	0.0	43.1
	수산물소매업	(15)	46.7	26.7	13.3	13.3	0.0	0.0	39.0
	건강보조식품소매업	(22)	90.9	0.0	0.0	4.5	4.5	0.0	24.0
	과실 및 채소 소매업	(25)	40.0	40.0	12.0	8.0	0.0	0.0	35.2
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(13)	7.7	23.1	23.1	46.2	0.0	0.0	88.1
	화초 및 산식물 소매업	(85)	88.2	5.9	5.9	0.0	0.0	0.0	13.4
	선물용품 소매업	(16)	81.3	12.5	0.0	6.3	0.0	0.0	17.0
	화장품전문점	(11)	45.5	45.5	9.1	0.0	0.0	0.0	28.6
	제과점	(16)	12.5	37.5	37.5	12.5	0.0	0.0	55.3
	육류도매업	(19)	63.2	21.1	15.8	0.0	0.0	0.0	24.5
	수산물 도매업	(23)	43.5	13.0	34.8	4.3	0.0	4.3	52.3
	기타 가공 식품 도매업	(4)	25.0	75.0	0.0	0.0	0.0	0.0	29.8
	기타서비스업	(28)	71.4	14.3	10.7	3.6	0.0	0.0	25.0

* 무응답 71개 분석 제외

- 지역별로 살펴본 결과, 광주지역의 일평균 고객 수가 138.7명으로 가장 많았으며, 부산지역의 일평균 고객 수가 38.0명으로 가장 적은 것으로 조사됨.

【표 90】 '16년 12월 일평균 고객 수 - 지역별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 일평균 고객 수 응답자(n=539), 단위 : 명, %)

		사례수	30인 미만	30~50인 미만	50~100인 미만	100~200인 미만	200~300인 미만	300인 이상	평균 (명)
전체		(539)	42.1	20.4	23.0	11.5	2.2	0.7	52.2
지역	서울	(191)	41.9	16.8	29.3	8.9	2.6	0.5	47.5
	부산	(94)	42.6	24.5	24.5	8.5	0.0	0.0	38.0
	대구	(67)	59.7	14.9	10.4	13.4	1.5	0.0	39.7
	인천	(45)	51.1	15.6	13.3	17.8	2.2	0.0	44.4
	광주	(47)	17.0	29.8	19.1	21.3	6.4	6.4	138.7
	대전	(48)	25.0	25.0	39.6	8.3	2.1	0.0	52.8
	울산	(47)	51.1	25.5	8.5	12.8	2.1	0.0	38.3

* 무응답 71개 분석 제외

- 세부집단별로 살펴본 결과, 개인보다는 법인이, 독립점포보다 프랜차이즈 가맹점의 일평균 고객 수가 더 많은 것으로 나타남.
- 입지유형별로 살펴보면, 지하상가의 일평균 고객 수가 가장 많은 것으로 나타남.

【표 91】 '16년 12월 일평균 고객 수 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체 중 일평균 고객 수 응답자(n=539), 단위 : 명, %)

		사례수	30인 미만	30~50인 미만	50~100인 미만	100~200인 미만	200~300인 미만	300인 이상	평균 (명)
전체		(539)	42.1	20.4	23.0	11.5	2.2	0.7	52.2
사업체 형태	법인	(25)	44.0	12.0	12.0	16.0	12.0	4.0	149.3
	개인	(514)	42.0	20.8	23.5	11.3	1.8	0.6	47.5
사업체 유형	독립점포	(476)	44.1	20.0	23.3	10.7	1.5	0.4	45.4
	프랜차이즈 가맹점	(63)	27.0	23.8	20.6	17.5	7.9	3.2	104.2
입지 유형	전통시장	(111)	48.6	19.8	21.6	9.0	0.0	0.9	40.1
	백화점 및 집합상가	(47)	44.7	27.7	19.1	6.4	2.1	0.0	39.2
	일반상가	(376)	39.6	19.9	23.9	12.8	2.9	0.8	57.4
	지하상가	(5)	60.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0	57.6

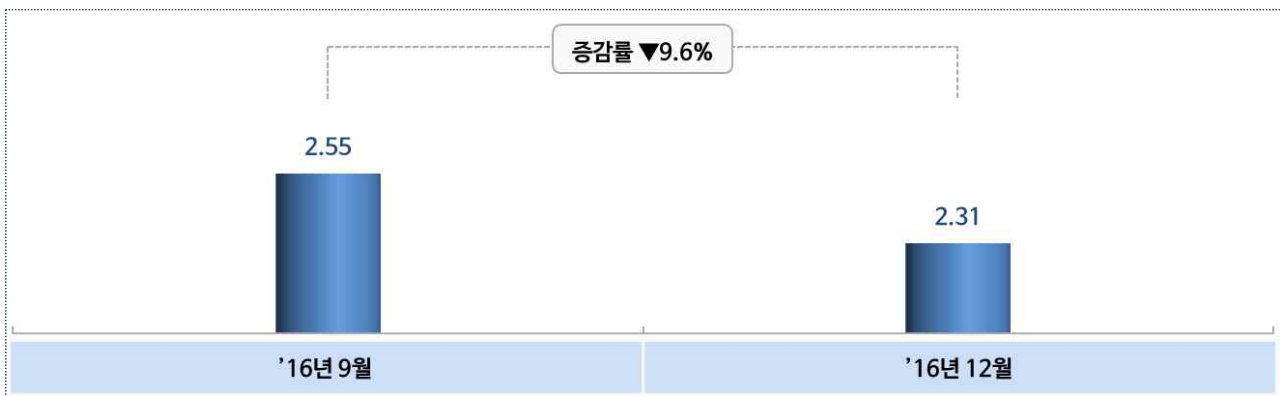
* 무응답 71개 분석 제외

7. 청탁금지법 시행 전·후 종업원 수

- 청탁금지법 시행 전·후 종업원 수를 조사한 결과, 청탁금지법 전 2.55명에서 청탁금지법 시행 후 2.31명으로 9.6% 감소한 것으로 나타남.
- 평균 0.24명 감소함.

【그림 20】 청탁금지법 전·후 종업원 수

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체(n=610), 단위 : 명, %)



- 소상공인의 경우 청탁금지법 시행 전·후 종업원 수가 11.3% 감소하였고, 소기업의 경우 8.3% 감소함.

【표 92】 청탁금지법 전·후 종업원 수 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체(n=610), 단위 : 명, %)

	사례수	'16년 9월(①)	'16년 12월(②)	차이(②-①)	증감률
전체	(610)	2.55	2.31	-0.24	-9.6
사업체 규모					
소상공인	(482)	1.45	1.29	-0.16	-11.3
소기업	(128)	6.69	6.13	-0.55	-8.3

* 증감률(%)=('16년 12월 - '16년 9월)/'16년 9월 X 100

- 업종별로 살펴보면, 기타서비스업의 경우 청탁금지법 시행 전·후 종업원 수가 16.0% 감소하여 가장 많이 감소한 것으로 나타남.

【표 93】 청탁금지법 전·후 종업원 수 - 업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체(n=610), 단위 : 명, %)

		사례수	'16년 9월(①)	'16년 12월(②)	차이(②-①)	증감률
전체		(610)	2.55	2.31	-0.24	-9.6
업종	음식점업	(252)	4.25	3.84	-0.41	-9.6
	음식료품 소매업	(120)	1.14	1.05	-0.09	-8.0
	전문상품 소매업	(142)	1.17	1.01	-0.15	-13.3
	음식료품 도매업	(66)	2.39	2.24	-0.15	-6.3
	기타서비스업	(30)	0.83	0.70	-0.13	-16.0

* 증감률(%)=(‘16년 12월 - ‘16년 9월)/‘16년 9월 X 100

- 세부업종별로 살펴보면, 수산물 소매업 경우 청탁금지법 시행 전·후 종업원 수가 30.8% 감소하여 가장 많이 감소한 것으로 나타남.

【표 94】 청탁금지법 전·후 종업원 수 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체(n=610), 단위 : 명, %)

		사례수	'16년 9월(①)	'16년 12월(②)	차이(②-①)	증감률
전체		(610)	2.55	2.31	-0.24	-9.6
세부 업종	한식전문점	(69)	4.64	4.20	-0.43	-9.4
	일식전문점	(82)	3.99	3.52	-0.46	-11.6
	중식전문점	(52)	4.50	4.08	-0.42	-9.4
	양식전문점	(19)	4.37	4.05	-0.32	-7.2
	주점업 및 비알콜 음료점	(30)	3.57	3.33	-0.23	-6.5
	육류소매업	(33)	1.33	1.33	0.00	0.0
	수산물소매업	(15)	0.87	0.60	-0.27	-30.8
	건강보조식품소매업	(27)	0.67	0.59	-0.07	-11.1
	과실 및 채소 소매업	(27)	0.85	0.81	-0.04	-4.3
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(18)	2.17	1.94	-0.22	-10.3
	화초 및 산식물 소매업	(92)	0.80	0.67	-0.13	-16.2
	선물용품 소매업	(20)	1.00	1.00	0.00	0.0
	화장품전문점	(12)	1.67	1.33	-0.33	-20.0
	제과점	(18)	2.89	2.56	-0.33	-11.5
	육류도매업	(33)	2.64	2.45	-0.18	-6.9
	수산물 도매업	(29)	2.28	2.14	-0.14	-6.1
	기타 가공 식품 도매업	(4)	1.25	1.25	0.00	0.0
	기타서비스업	(30)	0.83	0.70	-0.13	-16.0

* 증감률(%)=(‘16년 12월 - ‘16년 9월)/‘16년 9월 X 100

- 지역별로 살펴보면, 울산지역이 청탁금지법 시행 전·후 종업원 수가 19.0% 감소하여 가장 많이 감소한 것으로 나타남.

【표 95】 청탁금지법 전·후 종업원 수 - 지역별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체(n=610), 단위 : 명, %)

		사례수	‘16년 9월(①)	‘16년 12월(②)	차이(②-①)	증감률
전 체		(610)	2.55	2.31	-0.24	-9.6
지 역	서울	(238)	2.36	2.13	-0.23	-9.8
	부산	(97)	2.26	2.03	-0.23	-10.0
	대구	(70)	2.64	2.43	-0.21	-8.1
	인천	(56)	2.34	2.34	0.00	0.0
	광주	(48)	3.17	2.90	-0.27	-8.6
	대전	(51)	3.25	2.90	-0.35	-10.8
	울산	(50)	2.84	2.30	-0.54	-19.0

* 증감률(%)=('16년 12월 - '16년 9월)/ '16년 9월 X 100

- 세부집단별로 살펴보면, 개인이나 법인의 경우 감소률이 비슷하며, 독립점포 보다 프랜차이즈의 점포의 종업원 수가 더 많이 감소한 것으로 나타남.
- 입지유형별로 살펴보면, 백화점 및 지하상가의 경우 종업원 수가 가장 큰 폭으로 하락한 것으로 나타남.

【표 96】 청탁금지법 전·후 종업원 수 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체(n=610), 단위 : 명, %)

		사례수	‘16년 9월(①)	‘16년 12월(②)	차이(②-①)	증감률
전체		(610)	2.55	2.31	-0.24	-9.6
사업체 형태	법인	(28)	4.46	4.04	-0.43	-9.6
	개인	(582)	2.46	2.22	-0.24	-9.6
사업체 유형	독립점포	(534)	2.41	2.19	-0.22	-9.2
	프랜차이즈 가맹점	(76)	3.54	3.12	-0.42	-11.9
입지 유형	전통시장	(127)	1.59	1.51	-0.08	-5.0
	백화점 및 집합상가	(55)	2.33	2.02	-0.31	-13.3
	일반상가	(422)	2.89	2.60	-0.29	-10.0
	지하상가	(6)	1.33	1.17	-0.17	-12.5

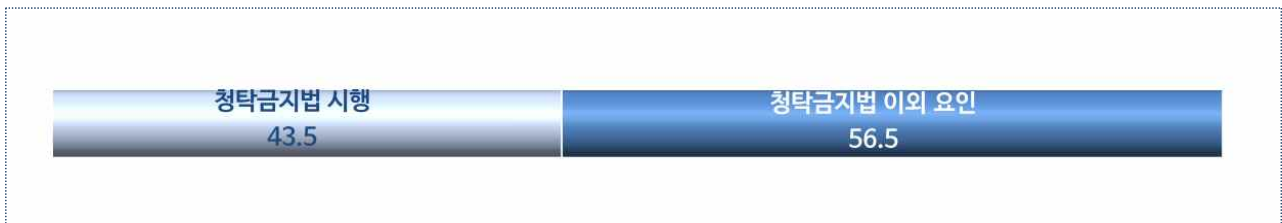
* 증감률(%)=('16년 12월 - '16년 9월)/ '16년 9월 X 100

8. '15년 12월 대비 '16년 12월 경영성과 감소 요인

- '15년 12월 대비 '16년 12월 경영성과(매출액, 영업이익, 고객 수)의 감소에 영향을 미친 요인을 조사한 결과, 응답자의 43.5%는 청탁금지법 시행으로 경영성과(매출액, 영업이익, 고객 수)가 감소했다고 응답했으며, 56.5%는 청탁금지법 이외요인으로 경영성과가 감소한 것으로 응답함.

【그림 21】 15년 12월 대비 '16년 12월 경영성과 감소 요인

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체(n=610), 단위 : %)



- 사업체 규모별로 살펴보면, 청탁금지법 시행이 경영성과 감소 요인이라고 응답한 비율은 소상공인, 소기업 모두 비슷한 수준인 것으로 나타남.

【표 97】 15년 12월 대비 '16년 12월 경영성과 감소 요인 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체(n=610), 단위 : %)

		사례수	청탁금지법 시행	청탁금지법 이외 요인
전체		(610)	43.5	56.5
사업체 규모	소상공인	(482)	43.6	56.4
	소기업	(128)	43.4	56.6

- 업종별로 살펴본 결과, 전문상품 소매업의 경우 청탁금지법 시행으로 경영성과에 영향을 미치는 비율이 가장 높은 것으로 나타남.

【표 98】 15년 12월 대비 '16년 12월 경영성과 감소 요인 - 업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체(n=610), 단위 : %)

		사례수	청탁금지법 시행	청탁금지법 이외 요인
전체		(610)	43.5	56.5
업종	음식점업	(252)	42.5	57.5
	음식료품 소매업	(120)	41.3	58.7
	전문상품 소매업	(142)	48.1	51.9
	음식료품 도매업	(66)	43.0	57.0
	기타서비스업	(30)	40.7	59.3

- 세부업종별로 살펴본 결과, 화초 및 산식물 소매업의 경우 청탁금지법 시행으로 경영성과에 영향을 미치는 비율이 가장 높은 것으로 나타남.

【표 99】 15년 12월 대비 '16년 12월 경영성과 감소 요인 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체(n=610), 단위 : %)

		사례수	청탁금지법 시행	청탁금지법 이외 요인
전체		(610)	43.5	56.5
세부 업종	한식전문점	(69)	42.9	57.1
	일식전문점	(82)	47.9	52.1
	중식전문점	(52)	40.4	59.6
	양식전문점	(19)	31.1	68.9
	주점업 및 비알콜 음료점	(30)	37.7	62.3
	육류소매업	(33)	38.8	61.2
	수산물소매업	(15)	37.3	62.7
	건강보조식품소매업	(27)	51.9	48.1
	과실 및 채소 소매업	(27)	43.0	57.0
	기타 음식료품 위주 종합 소매업	(18)	31.1	68.9
	화초 및 산식물 소매업	(92)	54.5	45.5
	선물용품 소매업	(20)	41.0	59.0
	화장품전문점	(12)	37.5	62.5
	제과점	(18)	30.6	69.4
	육류도매업	(33)	44.7	55.3
	수산물 도매업	(29)	41.4	58.6
	기타 가공 식품 도매업	(4)	40.0	60.0
	기타서비스업	(30)	40.7	59.3

- 지역별로 살펴보면, 대전지역의 경우 청탁금지법 시행으로 경영성과에 영향을 미치는 비율이 가장 높은 것으로 나타남.

【표 100】 15년 12월 대비 '16년 12월 경영성과 감소 요인 - 지역별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체(n=610), 단위 : %)

	사례수	청탁금지법 시행	청탁금지법 이외 요인
전체	(610)	43.5	56.5
지역	서울	(238)	42.6
	부산	(97)	50.4
	대구	(70)	38.1
	인천	(56)	39.8
	광주	(48)	40.8
	대전	(51)	52.6
	울산	(50)	39.6

- 세부집단별로 살펴보면, 법인보다 개인이, 프랜차이즈 가맹점 보다 독립점포가 청탁금지법 시행으로 경영성과에 영향을 미치는 영향이 큰 것으로 나타남.
- 입지유형 살펴보면, 백화점 및 집합상가의 경우 청탁금지법 시행으로 경영성과에 영향을 미치는 비율이 가장 높은 것으로 나타남.

【표 101】 15년 12월 대비 '16년 12월 경영성과 감소 요인 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체(n=610), 단위 : %)

	사례수	청탁금지법 시행	청탁금지법 이외 요인
전체	(610)	43.5	56.5
사업체 형태	법인	(28)	40.9
	개인	(582)	43.7
사업체 유형	독립점포	(534)	44.1
	프랜차이즈 가맹점	(76)	39.7
입지 유형	전통시장	(127)	43.7
	백화점 및 집합상가	(55)	47.5
	일반상가	(422)	43.0
	지하상가	(6)	41.7

9. 경영활동 어려움 감내 기간

- 경영활동의 어려움이 지속될 경우 경영활동 어려움을 감내할 수 있는 기간을 조사한 결과, 1년 이상 이라고 응답한 비율이 33.8%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 1년 미만 20.2%, 3개월 미만 18.9% 등의 순임.

【그림 22】 경영활동 어려움 감내 기간

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체(n=610), 단위 : %)



- 소기업, 소상공인 모두 1년 이상 어려움을 감내할 수 있다고 응답한 비율이 가장 높게 나타남.

【표 102】 경영활동 어려움 감내 기간 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체(n=610), 단위 : %)

	사례수	1개월 미만	3개월 미만	6개월 미만	1년 미만	1년 이상	무응답
전체	(610)	8.9	18.9	17.7	20.2	33.8	0.7
사업체 규모							
소상공인	(482)	8.1	19.3	17.8	19.5	34.4	0.8
소기업	(128)	11.7	17.2	17.2	22.7	31.3	0.0

- 전반적으로 1년 이상 감내할 수 있다는 비율이 높은 가운데, 음식료품 도매업의 경우 1개월 미만 감내할 수 있다고 응답한 비율이 상대적으로 높게 나타남.

【표 103】 경영활동 어려움 감내 기간 - 업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체(n=610), 단위 : %)

		사례수	1개월 미만	3개월 미만	6개월 미만	1년 미만	1년 이상	무응답
전체		(610)	8.9	18.9	17.7	20.2	33.8	0.7
업종	음식점업	(252)	7.9	19.0	20.2	20.2	32.5	0.0
	음식료품 소매업	(120)	5.0	14.2	19.2	21.7	39.2	0.8
	전문상품 소매업	(142)	8.5	21.8	17.6	18.3	32.4	1.4
	음식료품 도매업	(66)	19.7	21.2	9.1	18.2	30.3	1.5
	기타서비스업	(30)	10.0	16.7	10.0	26.7	36.7	0.0

- 전반적으로 1년 이상 감내할 수 있다는 의견이 많은 가운데, 육류소매업의 경우 1년 미만이 33.3%로 가장 높게 나타났으며, 기타 가공 식품 소매업의 경우 3개월 미만이라고 응답한 비율이 75.0%로 가장 높게 나타남.

【표 104】 경영활동 어려움 감내 기간 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체(n=610), 단위 : %)

		사례수	1개월 미만	3개월 미만	6개월 미만	1년 미만	1년 이상	무응답
전체		(610)	8.9	18.9	17.7	20.2	33.8	0.7
세부 업종	한식전문점	(69)	10.1	20.3	17.4	15.9	36.2	0.0
	일식전문점	(82)	11.0	23.2	20.7	20.7	24.4	0.0
	중식전문점	(52)	0.0	17.3	23.1	26.9	32.7	0.0
	양식전문점	(19)	5.3	15.8	26.3	15.8	36.8	0.0
	주점업 및 비알콜 음료점	(30)	10.0	10.0	16.7	20.0	43.3	0.0
	육류소매업	(33)	0.0	18.2	18.2	33.3	27.3	3.0
	수산물소매업	(15)	6.7	13.3	6.7	6.7	66.7	0.0
	건강보조식품소매업	(27)	14.8	11.1	37.0	7.4	29.6	0.0
	과실 및 채소 소매업	(27)	3.7	14.8	18.5	22.2	40.7	0.0
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(18)	0.0	11.1	5.6	33.3	50.0	0.0
	화초 및 산식물 소매업	(92)	9.8	21.7	14.1	19.6	33.7	1.1
	선물용품 소매업	(20)	10.0	25.0	20.0	15.0	30.0	0.0
	화장품전문점	(12)	8.3	16.7	25.0	25.0	25.0	0.0
	제과점	(18)	0.0	22.2	27.8	11.1	33.3	5.6
	육류도매업	(33)	18.2	24.2	15.2	9.1	30.3	3.0
	수산물 도매업	(29)	24.1	10.3	3.4	31.0	31.0	0.0
	기타 가공 식품 도매업	(4)	0.0	75.0	0.0	0.0	25.0	0.0
	기타서비스업	(30)	10.0	16.7	10.0	26.7	36.7	0.0

- 지역별로 살펴보면, 인천지역의 경우 타 지역대비 6개월 미만 감내할 수 있다고 응답한 비율이 상대적으로 높게 나타남.

【표 105】 경영활동 어려움 감내 기간 - 지역별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체(n=610), 단위 : %)

		사례수	1개월 미만	3개월 미만	6개월 미만	1년 미만	1년 이상	무응답
전체		(610)	8.9	18.9	17.7	20.2	33.8	0.7
지역	서울	(238)	9.7	24.4	17.6	19.3	27.3	1.7
	부산	(97)	9.3	20.6	11.3	28.9	29.9	0.0
	대구	(70)	5.7	5.7	20.0	27.1	41.4	0.0
	인천	(56)	12.5	26.8	30.4	5.4	25.0	0.0
	광주	(48)	12.5	6.3	4.2	18.8	58.3	0.0
	대전	(51)	7.8	17.6	21.6	13.7	39.2	0.0
	울산	(50)	2.0	12.0	22.0	22.0	42.0	0.0

- 세부집단별로 살펴보면, 전반적으로 1년 이상 감내할 수 있다고 응답한 비율이 높은 것으로 나타남.

【표 106】 경영활동 어려움 감내 기간 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체(n=610), 단위 : %)

		사례수	1개월 미만	3개월 미만	6개월 미만	1년 미만	1년 이상	무응답
전체		(610)	8.9	18.9	17.7	20.2	33.8	0.7
사업체 형태	법인	(28)	10.7	10.7	14.3	32.1	32.1	0.0
	개인	(582)	8.8	19.2	17.9	19.6	33.8	0.7
사업체 유형	독립점포	(534)	9.0	19.9	16.5	20.2	33.7	0.7
	프랜차이즈 가맹점	(76)	7.9	11.8	26.3	19.7	34.2	0.0
입지 유형	전통시장	(127)	9.4	19.7	12.6	23.6	33.9	0.8
	백화점 및 집합상가	(55)	1.8	23.6	16.4	23.6	34.5	0.0
	일반상가	(422)	9.7	18.0	19.4	18.7	33.4	0.7
	지하상가	(6)	0.0	16.7	16.7	16.7	50.0	0.0

10. 경영활동 어려움 극복방안

- 경영활동의 어려움이 지속될 경우 대처방안으로, 특별한 대안이 없다고 응답한 비율이 43.1%로 가장 높게 나타남
- 다음으로 사업축소 22.6%, 폐업 후 취업 18.5% 등의 순으로 나타남.

【그림 23】 경영활동 어려움 극복방안

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체(n=610), 단위 : %)



- 소상공인의 경우 특별한 대안이 없다고 응답한 비율이 높은 반면, 소기업의 경우 사업을 축소한다고 응답한 비율이 가장 높게 나타남.

【표 107】 경영활동 어려움 극복방안 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체(n=610), 단위 : %)

	사례수	특별한 대안 없음	사업축소	폐업 후 취업	업종전환	제품 및 서비스 다변화	가격인하
전체	(610)	43.1	22.6	18.5	6.4	6.4	3.0
사업체 규모							
소상공인	(482)	46.9	17.4	21.0	7.5	4.8	2.5
소기업	(128)	28.9	42.2	9.4	2.3	12.5	4.7

- 업종별로 살펴보면, 모든 업종에서 특별한 대안이 없다고 응답한 비율이 가장 높은 것으로 나타남.

【표 108】 경영활동 어려움 극복방안 - 업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체(n=610), 단위 : %)

		사례수	특별한 대안 없음	사업축소	폐업 후 취업	업종전환	제품 및 서비스 다변화	가격인하
전체		(610)	43.1	22.6	18.5	6.4	6.4	3.0
업종	음식점업	(252)	36.1	32.5	16.7	2.8	8.7	3.2
	음식료품 소매업	(120)	59.2	13.3	13.3	10.0	2.5	1.7
	전문상품 소매업	(142)	40.8	15.5	22.5	11.3	7.0	2.8
	음식료품 도매업	(66)	42.4	21.2	21.2	4.5	4.5	6.1
	기타서비스업	(30)	50.0	13.3	30.0	3.3	3.3	0.0

- 세부업종별로 살펴보면, 전반적으로 특별한 대안이 없다고 응답한 비율이 높은 반면, 한식전문점, 일식전문점, 화장품 전문점, 제과점, 기타 가공 식품 도매업의 경우 사업을 축소한다 라고 응답한 비율이 상대적으로 높게 나타남.

【표 109】 경영활동 어려움 극복방안 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체(n=610), 단위 : %)

		사례수	특별한 대안 없음	사업축소	폐업 후 취업	업종전환	제품 및 서비스 다변화	가격인하
전체		(610)	43.1	22.6	18.5	6.4	6.4	3.0
세부 업종	한식전문점	(69)	31.9	37.7	11.6	7.2	10.1	1.4
	일식전문점	(82)	31.7	31.7	19.5	2.4	11.0	3.7
	중식전문점	(52)	46.2	30.8	17.3	0.0	5.8	0.0
	양식전문점	(19)	36.8	21.1	15.8	0.0	10.5	15.8
	주점업 및 비알콜 음료점	(30)	40.0	33.3	20.0	0.0	3.3	3.3
	육류소매업	(33)	51.5	24.2	6.1	15.2	3.0	0.0
	수산물소매업	(15)	66.7	13.3	6.7	6.7	0.0	6.7
	건강보조식품소매업	(27)	51.9	11.1	22.2	11.1	0.0	3.7
	과실 및 채소 소매업	(27)	66.7	7.4	14.8	7.4	3.7	0.0
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(18)	66.7	5.6	16.7	5.6	5.6	0.0
	화초 및 산식물 소매업	(92)	46.7	8.7	25.0	12.0	7.6	0.0
	선물용품 소매업	(20)	30.0	15.0	25.0	20.0	5.0	5.0
	화장품전문점	(12)	25.0	33.3	33.3	0.0	0.0	8.3
	제과점	(18)	33.3	38.9	0.0	5.6	11.1	11.1
	육류도매업	(33)	39.4	27.3	18.2	3.0	0.0	12.1
	수산물 도매업	(29)	44.8	10.3	27.6	6.9	10.3	0.0
	기타 가공 식품 도매업	(4)	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	기타서비스업	(30)	50.0	13.3	30.0	3.3	3.3	0.0

- 지역별로 살펴보면, 인천, 대전지역을 제외한 전 지역에서 특별한 대안이 없다고 응답한 비율이 가장 높게 나타났으며, 인천, 대전지역의 경우 사업을 축소한다 라고 응답한 비율이 가장 높게 나타남.

【표 110】 경영활동 어려움 극복방안 - 지역별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체(n=610), 단위 : %)

		사례수	특별한 대안 없음	사업축소	폐업 후 취업	업종전환	제품 및 서비스 다변화	가격인하
전체		(610)	43.1	22.6	18.5	6.4	6.4	3.0
지역	서울	(238)	43.7	14.7	21.4	5.9	10.5	3.8
	부산	(97)	51.5	12.4	18.6	15.5	1.0	1.0
	대구	(70)	52.9	21.4	11.4	4.3	5.7	4.3
	인천	(56)	21.4	42.9	23.2	1.8	7.1	3.6
	광주	(48)	41.7	37.5	12.5	4.2	2.1	2.1
	대전	(51)	27.5	31.4	21.6	7.8	7.8	3.9
	울산	(50)	52.0	36.0	12.0	0.0	0.0	0.0

- 법인, 프랜차이즈 가맹점의 경우 사업 축소라고 응답한 비율이 가장 높게 나타났으며, 개인, 독립점포의 경우 특별한 대안이 없다고 응답한 비율이 가장 높은 것으로 나타남.
- 입지유형별로 살펴보면, 지하상가의 경우 사업축소라고 응답한 비율이 가장 높게 나타났으며, 나머지 입지에 위치한 점포의 경우 특별한 대안이 없다고 응답한 비율이 가장 높은 것으로 나타남.

【표 111】 경영활동 어려움 극복방안 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 이후 경영이 악화된 사업체(n=610), 단위 : %)

		사례수	특별한 대안 없음	사업축소	폐업 후 취업	업종전환	제품 및 서비스 다변화	가격인하
전체		(610)	43.1	22.6	18.5	6.4	6.4	3.0
사업체 형태	법인	(28)	21.4	50.0	7.1	14.3	3.6	3.6
	개인	(582)	44.2	21.3	19.1	6.0	6.5	2.9
사업체 유형	독립점포	(534)	44.9	20.8	18.9	6.2	6.6	2.6
	프랜차이즈 가맹점	(76)	30.3	35.5	15.8	7.9	5.3	5.3
입지 유형	전통시장	(127)	53.5	14.2	17.3	7.9	4.7	2.4
	백화점 및 집합상가	(55)	43.6	29.1	14.5	3.6	7.3	1.8
	일반상가	(422)	40.3	24.2	19.4	6.2	6.6	3.3
	지하상가	(6)	16.7	33.3	16.7	16.7	16.7	0.0

11. 청탁금지법의 사회적 효과

- 「청탁금지법」이 우리 사회의 부정청탁을 방지하는데 효과가 있는지 조사한 결과, 36.5%는 효과가 있다고 응답했으며, 39.2%는 효과가 없다고 응답함.

【그림 24】 청탁금지법의 사회적 효과

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)



- 소상공인의 경우 청탁금지법이 부정청탁을 방지하는데 효과가 있다라는 의견보다 그렇지 않다라고 생각하는 비율이 조금 더 높은 것으로 나타났으며, 소기업은 두 의견이 비슷한 것으로 나타남.

【표 112】 청탁금지법의 사회적 효과 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)

	사례수	효과있음 (①+②)	매우 그렇다(①)	그렇다 (②)	보통이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	모름/ 무응답
전체	(1,020)	35.6	4.7	30.9	25.1	28.2	11.0	0.1
사업체 규모	소상공인 (784)	35.2	5.0	30.2	24.6	29.1	11.0	0.1
	소기업 (236)	36.9	3.8	33.1	26.7	25.4	11.0	0.0

- 업종별로 살펴보면, 음식점업의 경우 부정방지 효과가 있다고 응답한 비율이 37.5%로 타 업종대비 가장 높은 것으로 나타남.

【표 113】 청탁금지법의 사회적 효과 - 업종별

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)

		사례수	효과 있음 (①+②)	매우 그렇다 (①)	그렇다 (②)	보통이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	모름/ 무응답
전체		(1,020)	35.6	4.7	30.9	25.1	28.2	11.0	0.1
업종	음식점업	(453)	37.5	2.2	35.3	26.5	27.2	8.6	0.2
	음식료품 소매업	(220)	34.5	5.0	29.5	25.9	30.5	9.1	0.0
	전문상품 소매업	(221)	34.4	8.6	25.8	22.6	28.5	14.5	0.0
	음식료품 도매업	(86)	34.9	7.0	27.9	23.3	25.6	16.3	0.0
	기타서비스업	(40)	27.5	5.0	22.5	22.5	32.5	17.5	0.0

- 세부업종별로 살펴보면, 양식전문점, 수산물소매업, 기타 가공식품 도매업에서 효과 있다고 응답한 비율이 가장 높게 나타남.

【표 114】 청탁금지법의 사회적 효과 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)

		사례수	효과 있음 (①+②)	매우 그렇다 (①)	그렇다 (②)	보통이 다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	모름/ 무응답
전체		(1,020)	35.6	4.7	30.9	25.1	28.2	11.0	0.1
세부 업종	한식전문점	(119)	36.1	2.5	33.6	23.5	31.9	7.6	0.8
	일식전문점	(101)	25.7	1.0	24.8	30.7	28.7	14.9	0.0
	중식전문점	(101)	40.6	2.0	38.6	25.7	24.8	8.9	0.0
	양식전문점	(82)	50.0	1.2	48.8	28.0	20.7	1.2	0.0
	주점업 및 비알콜 음료점	(50)	38.0	6.0	32.0	24.0	28.0	10.0	0.0
	육류소매업	(60)	28.3	6.7	21.7	28.3	31.7	11.7	0.0
	수산물소매업	(40)	50.0	2.5	47.5	20.0	25.0	5.0	0.0
	건강보조식품소매업	(40)	32.5	5.0	27.5	25.0	30.0	12.5	0.0
	과실 및 채소 소매업	(40)	22.5	0.0	22.5	30.0	40.0	7.5	0.0
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(40)	42.5	10.0	32.5	25.0	25.0	7.5	0.0
	화초 및 산식물 소매업	(110)	32.7	9.1	23.6	21.8	26.4	19.1	0.0
	선물용품 소매업	(41)	29.3	4.9	24.4	26.8	36.6	7.3	0.0
	화장품전문점	(40)	35.0	10.0	25.0	30.0	22.5	12.5	0.0
	제과점	(30)	46.7	10.0	36.7	10.0	33.3	10.0	0.0
	육류도매업	(40)	32.5	10.0	22.5	20.0	32.5	15.0	0.0
	수산물 도매업	(40)	35.0	2.5	32.5	30.0	17.5	17.5	0.0
	기타 가공 식품 도매업	(6)	50.0	16.7	33.3	0.0	33.3	16.7	0.0
	기타서비스업	(40)	27.5	5.0	22.5	22.5	32.5	17.5	0.0

- 지역별로 살펴보면, 울산지역에서 효과가 있다고 응답한 비율이 44.6%로 가장 높게 나타남.

【표 115】 청탁금지법의 사회적 효과 - 지역별

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)

		사례수	효과있음 (①+②)	매우 그렇다 (①)	그렇다 (②)	보통이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	모름/ 무응답
전체		(1,020)	35.6	4.7	30.9	25.1	28.2	11.0	0.1
지역	서울	(384)	39.6	3.1	36.5	24.5	30.2	5.5	0.3
	부산	(170)	31.2	0.6	30.6	16.5	25.9	26.5	0.0
	대구	(122)	40.2	6.6	33.6	24.6	26.2	9.0	0.0
	인천	(100)	23.0	3.0	20.0	35.0	38.0	4.0	0.0
	광주	(81)	40.7	23.5	17.3	25.9	23.5	9.9	0.0
	대전	(80)	20.0	2.5	17.5	37.5	22.5	20.0	0.0
	울산	(83)	44.6	3.6	41.0	21.7	25.3	8.4	0.0

- 세부집단별로 살펴보면, 개인보다는 법인이, 독립점포보다는 프랜차이즈가 효과가 있다고 응답한 비율이 더 높게 나타남.
- 입지유형별로 비교해보면, 전통시장에 입지해 있는 점포의 경우 효과가 있다고 응답한 비율이 가장 높은 것으로 나타남.

【표 116】 청탁금지법의 사회적 효과 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)

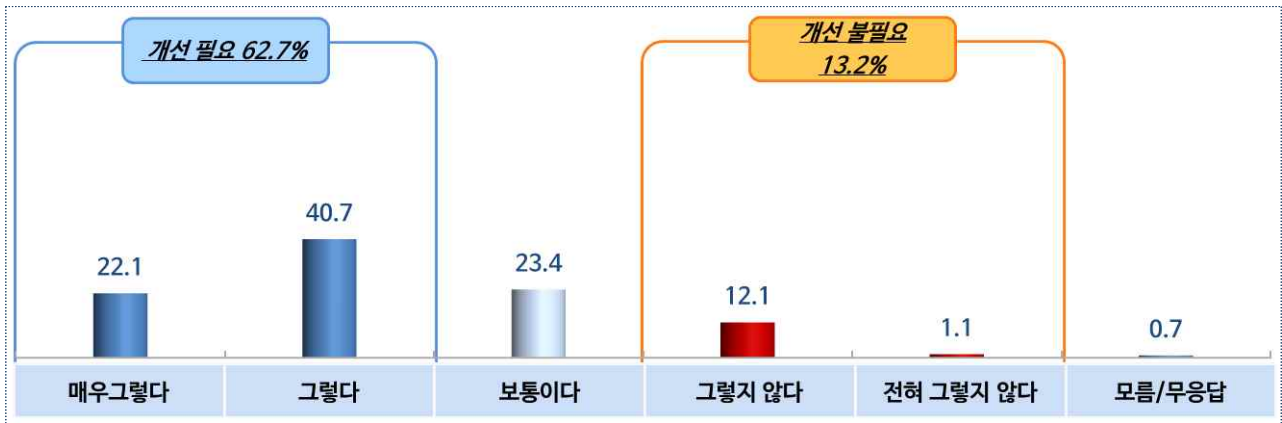
		사례수	효과있음 (①+②)	매우 그렇다 (①)	그렇다 (②)	보통이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	모름/ 무응답
전체		(1,020)	35.6	4.7	30.9	25.1	28.2	11.0	0.1
사업체 형태	법인	(56)	41.1	10.7	30.4	26.8	21.4	10.7	0.0
	개인	(964)	35.3	4.4	30.9	25.0	28.6	11.0	0.1
사업체 유형	독립점포	(848)	34.6	4.5	30.1	24.4	28.5	12.4	0.1
	프랜차이즈 가맹점	(172)	40.7	5.8	34.9	28.5	26.7	4.1	0.0
입지 유형	전통시장	(226)	36.7	4.4	32.3	24.3	26.1	12.8	0.0
	백화점 및 집합상가	(91)	36.3	8.8	27.5	27.5	28.6	7.7	0.0
	일반상가	(692)	35.3	4.3	30.9	25.3	28.6	10.7	0.1
	지하상가	(11)	27.3	0.0	27.3	9.1	45.5	18.2	0.0

12. 청탁금지법 개선 필요성

- 「청탁금지법」에 대한 개선 필요성을 조사한 결과, 응답자의 62.7%는 개선이 필요하다고 응답했으며, 13.2%는 개선이 필요하지 않다고 응답함.

【그림 25】 청탁금지법 개선필요성

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)



- 사업체 규모별로 살펴본 결과, 소상공인은 개선이 필요하다고 응답한 비율이 63.5%로 나타났으며, 소기업은 60.2%로 나타남.

【표 117】 청탁금지법 개선 필요성 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)

	사례수	개선필요 (①+②)	매우 그렇다 (①)	그렇다 (②)	보통이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	모름/ 무응답
전체	(1,020)	62.7	22.1	40.7	23.4	12.1	1.1	0.7
사업체 규모								
소상공인	(784)	63.5	22.8	40.7	22.4	11.9	1.3	0.9
소기업	(236)	60.2	19.5	40.7	26.7	12.7	0.4	0.0

- 업종별로 살펴보면, 전문상품 소매업의 경우 개선이 필요하다고 응답한 비율이 72.9%로 타 업종 대비 가장 높은 것으로 나타남.

【표 118】 청탁금지법 개선 필요성 - 업종별

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)

	사례수	개선필요 (①+②)	매우 그렇다 (①)	그렇다 (②)	보통이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	모름/ 무응답
전체	(1,020)	62.7	22.1	40.7	23.4	12.1	1.1	0.7
업종	음식점업	(453)	58.7	16.1	42.6	26.3	13.7	0.4
	음식료품 소매업	(220)	58.6	21.8	36.8	23.6	15.0	2.7
	전문상품 소매업	(221)	72.9	33.9	38.9	18.1	7.7	0.5
	음식료품 도매업	(86)	67.4	24.4	43.0	23.3	7.0	1.2
	기타서비스업	(40)	65.0	20.0	45.0	20.0	12.5	2.5

- 세부업종별로 살펴보면, 화초 및 산식물 소매업의 경우 개선이 필요하다고 응답한 비율이 81.8%로 가장 높게 나타남.

【표 119】 청탁금지법 개선 필요성 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)

	사례수	개선 필요 (①+②)	매우 그렇다 (①)	그렇다 (②)	보통 이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	모름/ 무응답
전체	(1,020)	62.7	22.1	40.7	23.4	12.1	1.1	0.7
세부 업종	한식전문점	(119)	65.5	13.4	52.1	21.8	10.9	0.0
	일식전문점	(101)	64.4	30.7	33.7	23.8	9.9	0.0
	중식전문점	(101)	60.4	14.9	45.5	26.7	11.9	1.0
	양식전문점	(82)	42.7	8.5	34.1	35.4	22.0	0.0
	주점업 및 비알콜 음료점	(50)	54.0	8.0	46.0	26.0	18.0	2.0
	육류소매업	(60)	68.3	31.7	36.7	13.3	13.3	5.0
	수산물소매업	(40)	45.0	10.0	35.0	35.0	17.5	2.5
	건강보조식품소매업	(40)	67.5	25.0	42.5	12.5	17.5	2.5
	과실 및 채소 소매업	(40)	65.0	27.5	37.5	30.0	5.0	0.0
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(40)	42.5	10.0	32.5	32.5	22.5	2.5
	화초 및 산식물 소매업	(110)	81.8	45.5	36.4	12.7	3.6	0.9
	선물용품 소매업	(41)	70.7	14.6	56.1	17.1	9.8	0.0
	화장품전문점	(40)	55.0	25.0	30.0	32.5	12.5	0.0
	제과점	(30)	66.7	30.0	36.7	20.0	13.3	0.0
	육류도매업	(40)	77.5	30.0	47.5	17.5	2.5	0.0
	수산물 도매업	(40)	62.5	22.5	40.0	27.5	7.5	2.5
	기타 가공 식품 도매업	(6)	33.3	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0
	기타서비스업	(40)	65.0	20.0	45.0	20.0	12.5	2.5

- 지역별로 살펴보면, 개선이 필요하다고 생각하는 비중이 전반적으로 비슷한 수준이나, 울산의 경우 개선이 필요하다고 응답한 비율이 28.9%로 타 지역대비 상대적으로 낮은 수준임.

【표 120】 청탁금지법 개선 필요성 - 지역별

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)

	사례수	개선필요 (①+②)	매우 그렇다 (①)	그렇다 (②)	보통이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	모름/ 무응답
전체	(1,020)	62.7	22.1	40.7	23.4	12.1	1.1	0.7
지역	서울	(384)	65.4	22.4	43.0	18.8	13.0	1.8
	부산	(170)	61.8	30.6	31.2	24.7	12.4	0.0
	대구	(122)	68.0	20.5	47.5	21.3	8.2	0.0
	인천	(100)	69.0	13.0	56.0	21.0	10.0	0.0
	광주	(81)	66.7	32.1	34.6	21.0	11.1	0.0
	대전	(80)	67.5	21.3	46.3	20.0	12.5	0.0
	울산	(83)	28.9	7.2	21.7	54.2	15.7	0.0

- 세부집단별로 살펴보면, 법인보다는 개인이, 프랜차이즈 가맹점보다는 독립점포가 개선이 필요하다고 응답한 비율이 높은 것으로 나타남.
- 입지유형별로 살펴보면, 지하상가의 경우 개선이 필요하다고 응답한 비율이 100.0%로 가장 높게 나타남.

【표 121】 청탁금지법 개선 필요성 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)

	사례수	개선필요 (①+②)	매우 그렇다 (①)	그렇다 (②)	보통이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	모름/ 무응답
전체	(1,020)	62.7	22.1	40.7	23.4	12.1	1.1	0.7
사업체 형태	법인	(56)	57.1	19.6	37.5	25.0	16.1	0.0
	개인	(964)	63.1	22.2	40.9	23.3	11.8	0.7
사업체 유형	독립점포	(848)	64.3	23.3	40.9	22.6	11.2	0.6
	프랜차이즈 가맹점	(172)	55.2	15.7	39.5	27.3	16.3	1.2
입지 유형	전통시장	(226)	60.2	22.6	37.6	24.3	12.8	0.0
	백화점 및 집합상가	(91)	62.6	22.0	40.7	27.5	7.7	1.1
	일반상가	(692)	63.0	22.3	40.8	23.0	12.6	0.9
	지하상가	(11)	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0

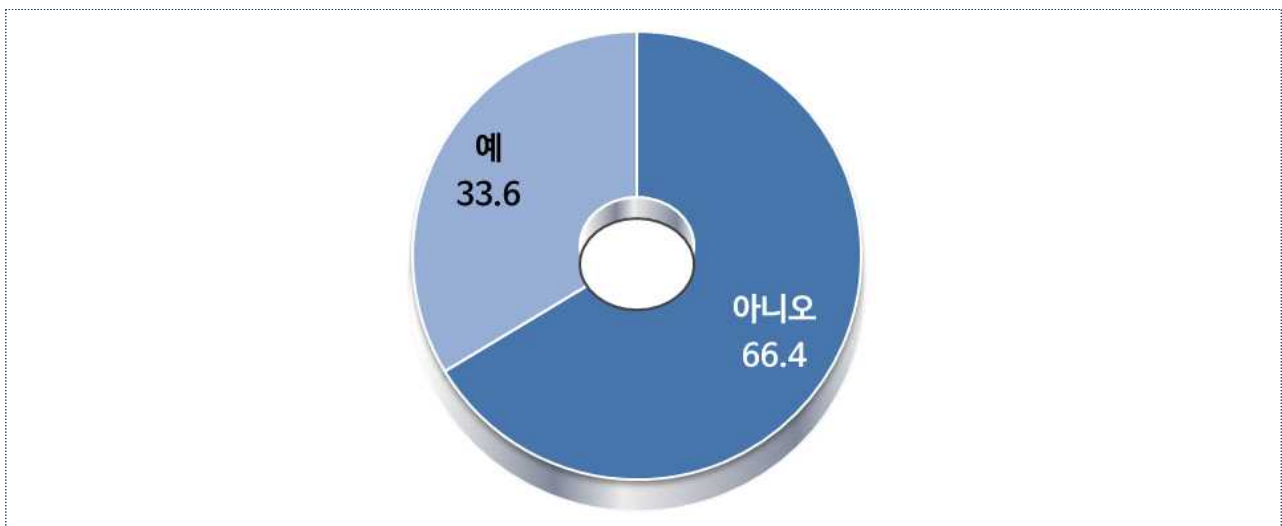
13. 청탁금지법 가액 범위

1) 가액범위 적정 여부

- 「청탁금지법」 제8조 제3항 제2호와 관련, 공직자(공무원, 군인, 공공기관, 교사, 언론인)등이 원활한 직무수행 또는 사교·의례 또는 부조의 목적으로 제공되는 음식물·선물·경조사비 등으로서 대통령령으로 정하는 가액 범위는 각각 3만원, 5만원, 10만원으로 현행의 가액 범위가 적절한지 조사한 결과, 응답자의 66.4%는 적절하지 않다고 응답했으며, 33.6%는 적절하다고 응답함.

【그림 26】 가액범위 적정 여부

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)



- 소상공인의 경우 가액범위가 적절하다고 응답한 비율이 33.9%이며, 소기업은 32.6%인 것으로 나타남.

【표 122】 가액범위 적정 여부 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)

	사례수	예	아니오
전체	(1,020)	33.6	66.4
사업체 규모			
소상공인	(784)	33.9	66.1
소기업	(236)	32.6	67.4

- 음식점의 경우 가액범위가 적정하다고 응답한 비율이 37.7%로 가장 높은 반면, 전문 상품 소매업의 경우 27.6%로 가장 낮은 것으로 나타남.

【표 123】 가액범위 적정 여부 - 업종별

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)

		사례수	예	아니오
전체		(1,020)	33.6	66.4
업종	음식점업	(453)	37.7	62.3
	음식료품 소매업	(220)	33.2	66.8
	전문상품 소매업	(221)	27.6	72.4
	음식료품 도매업	(86)	30.2	69.8
	기타서비스업	(40)	30.0	70.0

- 양식전문점의 경우 가액범위가 적정하다고 응답한 비율이 58.5%로 가장 높고, 선물용품 소매점의 경우 17.1%로 가장 낮은 것으로 조사됨.

【표 124】 가액범위 적정 여부 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 인지자(n=1,020) 단위 : %)

		사례수	예	아니오
전체		(1,020)	33.6	66.4
세부 업종	한식전문점	(119)	29.4	70.6
	일식전문점	(101)	27.7	72.3
	중식전문점	(101)	40.6	59.4
	양식전문점	(82)	58.5	41.5
	주점업 및 비알콜 음료점	(50)	38.0	62.0
	육류소매업	(60)	30.0	70.0
	수산물소매업	(40)	35.0	65.0
	건강보조식품소매업	(40)	27.5	72.5
	과실 및 채소 소매업	(40)	25.0	75.0
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(40)	50.0	50.0
	화초 및 산식물 소매업	(110)	20.0	80.0
	선물용품 소매업	(41)	17.1	82.9
	화장품전문점	(40)	55.0	45.0
	제과점	(30)	33.3	66.7
	육류도매업	(40)	22.5	77.5
	수산물 도매업	(40)	35.0	65.0
	기타 가공 식품 도매업	(6)	50.0	50.0
	기타서비스업	(40)	30.0	70.0

- 지역별로 살펴보면, 울산지역의 경우 가액범위가 적정하다고 응답한 비율이 55.4%로 가장 높은 반면, 대전의 경우 가액범위가 적정하다고 응답한 비율이 25.0%로 가장 낮은 것으로 나타남.

【표 125】 가액범위 적정 여부 - 지역별

(Base : 청탁금지법 인 지자(n=1,020) 단위 : %)

	사례수	예	아니오
전체	(1,020)	33.6	66.4
지역	서울 (384)	31.5	68.5
	부산 (170)	27.6	72.4
	대구 (122)	31.1	68.9
	인천 (100)	37.0	63.0
	광주 (81)	42.0	58.0
	대전 (80)	25.0	75.0
	울산 (83)	55.4	44.6

- 법인이나, 개인모두 가액범위가 적정하다고 응답한 비율은 비슷하며, 독립점포보다 프랜차이즈 가맹점의 경우 가액 범위가 적정하다고 응답한 비율이 더 높게 나타남.
- 입지 유형별로 살펴보면, 일반상가의 경우 가액범위가 적정하다고 응답한 비율이 가장 높은 반면, 지하상가의 경우 가액범위가 적정하다고 응답한 비율이 가장 낮은 것으로 나타남.

【표 126】 가액범위 적정 여부 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 인 지자(n=1,020) 단위 : %)

	사례수	예	아니오
전체	(1,020)	33.6	66.4
사업체 형태	법인 (56)	33.9	66.1
	개인 (964)	33.6	66.4
사업체 유형	독립점포 (848)	31.8	68.2
	프랜차이즈 가맹점 (172)	42.4	57.6
입지 유형	전통시장 (226)	33.2	66.8
	백화점 및 집합상가 (91)	31.9	68.1
	일반상가 (692)	34.2	65.8
	지하상가 (11)	18.2	81.8

2) 음식물 가액 범위

- 공직자 등이 원활한 직무수행 또는 사교·의례 또는 부조의 목적으로 제공되는 음식물 가액 범위에 대해 평균 6.3만원이 적절하다고 응답함.
- 5만원~10만원 미만인 적절한 가액 범위라고 응답한 비율이 66.6%로 가장 높게 나타남.

【그림 27】 음식물 가액 범위

(Base : 청탁금지법 인지자 중 가액범위가 적절하지 않다고 응답한 응답자(n=667) 단위 : 만원, %)



- 소상공인은 음식물 가액범위에 대해 평균 6.2만원이 적절하다고 응답 했으며, 소기업은 평균 6.8만원이 적절하다고 응답함.

【표 127】 음식물 가액범위 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 인지자 중 가액범위가 적절하지 않다고 응답한 응답자(n=667) 단위 : 만원, %)

	사례수	3만원 미만	3만원~5만원 미만	5만원~10만원 미만	10만원~15만원 미만	15만원 이상	평균 (만원)
전체	(667)	0.4	9.1	66.6	21.7	2.1	6.3
사업체 규모							
소상공인	(510)	0.6	10.8	65.5	22.0	1.2	6.2
소기업	(157)	0.0	3.8	70.1	21.0	5.1	6.8

- 업종별로 살펴보면, 음식료품 도매업의 경우 가액범위를 평균 7.3만원이 적절하다고 응답해 현재 수준대비 가장 높은 금액으로 상승할 것을 바라고 있음.

【표 128】 음식물 가액범위 - 업종별

(Base : 청탁금지법 인지도 중 가액범위가 적절하지 않다고 응답한 응답자(n=667) 단위 : 만원, %)

		사례수	3만원 미만	3만원~5만원 미만	5만원~10만원 미만	10만원~15만원 미만	15만원 이상	평균 (만원)
전체		(667)	0.4	9.1	66.6	21.7	2.1	6.3
업종	음식점업	(278)	0.0	5.4	68.0	23.7	2.9	6.6
	음식료품 소매업	(145)	1.4	12.4	68.3	17.9	0.0	5.8
	전문상품 소매업	(158)	0.0	14.6	69.0	14.6	1.9	5.8
	음식료품 도매업	(58)	0.0	6.9	53.4	34.5	5.2	7.3
	기타서비스업	(28)	3.6	3.6	57.1	35.7	0.0	6.6

- 기타 가공식품 도매업의 경우, 음식물 가액범위가 평균 10.0만원이 적절하다고 응답했으며, 현재 수준보다 약 3배 이상 상승이 필요하다고 응답함.

【표 129】 음식물 가액범위 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 인지도 중 가액범위가 적절하지 않다고 응답한 응답자(n=667) 단위 : 만원, %)

		사례수	3만원 미만	3만원~5만원 미만	5만원~10만원 미만	10만원~15만원 미만	15만원 이상	평균 (만원)
전체		(667)	0.4	9.1	66.6	21.7	2.1	6.3
세부업종	한식전문점	(81)	0.0	3.7	72.8	22.2	1.2	6.4
	일식전문점	(73)	0.0	8.2	64.4	21.9	5.5	6.7
	중식전문점	(60)	0.0	6.7	63.3	30.0	0.0	6.6
	양식전문점	(34)	0.0	0.0	85.3	11.8	2.9	6.1
	주점업 및 비알콜 음료점	(30)	0.0	6.7	53.3	33.3	6.7	7.5
	육류소매업	(42)	0.0	9.5	71.4	19.0	0.0	6.0
	수산물소매업	(26)	3.8	7.7	69.2	19.2	0.0	5.9
	건강보조식품소매업	(28)	0.0	25.0	64.3	10.7	0.0	5.2
	과실 및 채소 소매업	(30)	3.3	10.0	63.3	23.3	0.0	6.0
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(19)	0.0	10.5	73.7	15.8	0.0	5.6
	화초 및 산식물 소매업	(87)	0.0	16.1	65.5	14.9	3.4	6.0
	선물용품 소매업	(33)	0.0	15.2	75.8	9.1	0.0	5.2
	화장품전문점	(18)	0.0	16.7	66.7	16.7	0.0	5.6
	제과점	(20)	0.0	5.0	75.0	20.0	0.0	6.1
	육류도매업	(31)	0.0	12.9	54.8	25.8	6.5	6.9
	수산물 도매업	(24)	0.0	0.0	58.3	37.5	4.2	7.6
	기타 가공 식품 도매업	(3)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	10.0
	기타서비스업	(28)	3.6	3.6	57.1	35.7	0.0	6.6

- 지역별로 살펴보면, 부산이 평균 6.9만원으로 가장 높으며, 울산이 평균 5.4만원으로 가장 낮은 것으로 조사됨.

【표 130】 음식물 가액범위 - 지역별

(Base : 청탁금지법 인지자 중 가액범위가 적절하지 않다고 응답한 응답자(n=667) 단위 : 만원, %)

		사례수	3만원 미만	3만원~5만원 미만	5만원~10만원 미만	10만원~15만원 미만	15만원 이상	평균 (만원)
전체		(667)	0.4	9.1	66.6	21.7	2.1	6.3
지역	서울	(262)	0.0	9.5	68.3	21.8	0.4	6.1
	부산	(116)	0.0	10.3	57.8	26.7	5.2	6.9
	대구	(83)	0.0	6.0	72.3	19.3	2.4	6.3
	인천	(63)	3.2	3.2	65.1	25.4	3.2	6.6
	광주	(47)	2.1	19.1	55.3	23.4	0.0	6.1
	대전	(60)	0.0	5.0	73.3	16.7	5.0	6.4
	울산	(36)	0.0	13.9	75.0	11.1	0.0	5.4

- 세부집단별로 살펴보면, 법인, 프랜차이즈 가맹점, 지하상가의 경우 비교집단 대비 적정수준의 가액범위가 상대적으로 낮은 것으로 나타남.

【표 131】 음식물 가액범위 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 인지자 중 가액범위가 적절하지 않다고 응답한 응답자(n=667) 단위 : 만원, %)

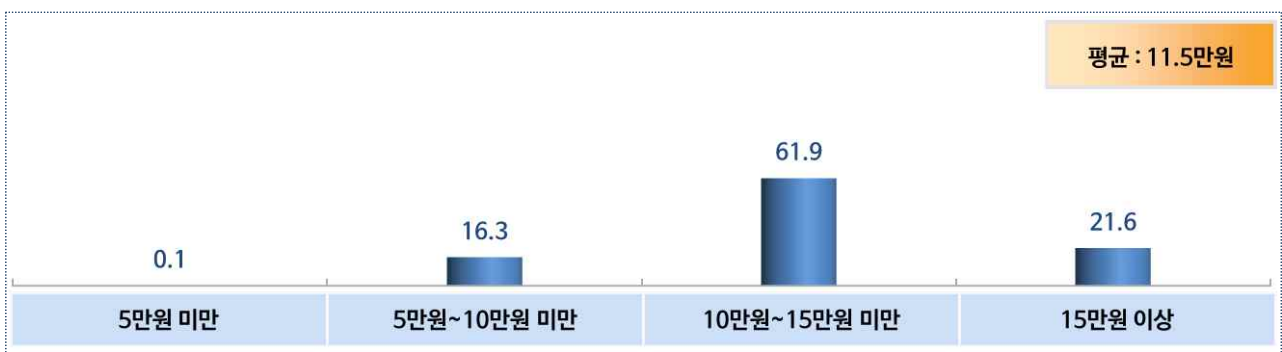
		사례수	3만원 미만	3만원~ 5만원 미만	5만원~ 10만원 미만	10만원~ 15만원 미만	15만원 이상	평균 (만원)
전체		(667)	0.4	9.1	66.6	21.7	2.1	6.3
사업체 형태	법인	(37)	2.7	8.1	70.3	16.2	2.7	6.1
	개인	(630)	0.3	9.2	66.3	22.1	2.1	6.3
사업체 유형	독립점포	(571)	0.4	9.6	64.8	22.8	2.5	6.4
	프랜차이즈 가맹점	(96)	1.0	6.3	77.1	15.6	0.0	5.8
입지 유형	전통시장	(148)	0.7	10.1	68.2	17.6	3.4	6.2
	백화점 및 집합상가	(62)	1.6	11.3	71.0	12.9	3.2	5.8
	일반상가	(448)	0.2	8.3	65.4	24.6	1.6	6.4
	지하상가	(9)	0.0	22.2	66.7	11.1	0.0	5.1

3) 선물 가액 범위

- 공직자 등이 원활한 직무수행 또는 사교·의례 또는 부조의 목적으로 제공되는 선물 가액 범위에 대해, 평균 11.5만원이 적정하다고 응답함.
- 10만원~15만원 미만이 적정하다고 응답한 비율이 61.9%로 가장 높게 나타남.

【그림 28】 선물 가액 범위

(Base : 청탁금지법 인지자 중 가액범위가 적절하지 않다고 응답한 응답자(n=667) 단위 : 만원, %)



- 선물 가액범위에 대해 소상공인은 평균 11.5만원, 소기업은 평균 11.4만원이 적정하다고 응답함.

【표 132】 선물 가액범위 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 인지자 중 가액범위가 적절하지 않다고 응답한 응답자(n=667) 단위 : 만원, %)

	사례수	5만원 미만	5만원~10만원 미만	10만원~15만원 미만	15만원 이상	평균 (만원)
전체	(667)	0.1	16.3	61.9	21.6	11.5
사업체 규모						
소상공인	(510)	0.0	14.9	62.9	22.2	11.5
소기업	(157)	0.6	21.0	58.6	19.7	11.4

- 업종별로 살펴보면, 선물 적정 가액 금액에 대해 음식료품 도매업은 평균 13.0만원이 적절하다고 응답하여 타 업종 대비 가장 높은 것으로 나타남.

【표 133】 선물 가액범위 - 업종별

(Base : 청탁금지법 인지자 중 가액범위가 적절하지 않다고 응답한 응답자(n=667) 단위 : 만원, %)

		사례수	5만원 미만	5만원~ 10만원 미만	10만원~ 15만원 미만	15만원 이상	평균 (만원)
전체		(667)	0.1	16.3	61.9	21.6	11.5
업종	음식점업	(278)	0.4	22.3	58.6	18.7	11.1
	음식료품 소매업	(145)	0.0	15.9	57.9	26.2	11.7
	전문상품 소매업	(158)	0.0	11.4	69.6	19.0	11.5
	음식료품 도매업	(58)	0.0	5.2	60.3	34.5	13.0
	기타서비스업	(28)	0.0	10.7	75.0	14.3	10.9

- 세부업종별로 살펴보면, 선물 적정 가액 금액에 대해 육류소매업 및 육류도매업은 평균 14.3만원이 적절하다고 응답하여 타 업종 대비 가장 높은 것으로 나타남.

【표 134】 선물 가액범위 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 인지자 중 가액범위가 적절하지 않다고 응답한 응답자(n=667) 단위 : 만원, %)

		사례수	5만원 미만	5만원~10만원 미만	10만원~15만원 미만	15만원 이상	평균 (만원)
전체		(667)	0.1	16.3	61.9	21.6	11.5
세부 업종	한식전문점	(81)	1.2	17.3	65.4	16.0	10.5
	일식전문점	(73)	0.0	23.3	53.4	23.3	11.2
	중식전문점	(60)	0.0	20.0	60.0	20.0	11.1
	양식전문점	(34)	0.0	32.4	58.8	8.8	9.4
	주점업 및 비알콜 음료점	(30)	0.0	26.7	50.0	23.3	14.1
	육류소매업	(42)	0.0	4.8	45.2	50.0	14.3
	수산물소매업	(26)	0.0	34.6	46.2	19.2	10.3
	건강보조식품소매업	(28)	0.0	14.3	71.4	14.3	10.8
	과실 및 채소 소매업	(30)	0.0	6.7	70.0	23.3	11.6
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(19)	0.0	31.6	63.2	5.3	9.4
	화초 및 산식물 소매업	(87)	0.0	11.5	63.2	25.3	12.3
	선물용품 소매업	(33)	0.0	12.1	81.8	6.1	10.2
	화장품전문점	(18)	0.0	5.6	66.7	27.8	12.1
	제과점	(20)	0.0	15.0	80.0	5.0	9.6
	육류도매업	(31)	0.0	3.2	54.8	41.9	14.3
	수산물 도매업	(24)	0.0	8.3	66.7	25.0	11.5
	기타 가공 식품 도매업	(3)	0.0	0.0	66.7	33.3	11.7
	기타서비스업	(28)	0.0	10.7	75.0	14.3	10.9

- 지역별로 살펴보면, 부산지역, 인천지역이 각각 평균 13.1만원으로 가장 높게 나타났으며, 울산지역이 평균 9.9만원으로 가장 낮게 나타남.

【표 135】 선물 가액범위 - 지역별

(Base : 청탁금지법 인지자 중 가액범위가 적절하지 않다고 응답한 응답자(n=667) 단위 : 만원, %)

		사례수	5만원 미만	5만원~ 10만원 미만	10만원~ 15만원 미만	15만원 이상	평균 (만원)
전체		(667)	0.1	16.3	61.9	21.6	11.5
지역	서울	(262)	0.4	20.6	59.5	19.5	10.9
	부산	(116)	0.0	13.8	46.6	39.7	13.1
	대구	(83)	0.0	10.8	74.7	14.5	10.9
	인천	(63)	0.0	9.5	68.3	22.2	13.1
	광주	(47)	0.0	25.5	59.6	14.9	10.3
	대전	(60)	0.0	11.7	68.3	20.0	11.6
	울산	(36)	0.0	13.9	80.6	5.6	9.9

- 세부집단별로 살펴보면, 개인, 독립점포의 평균 가액금액이 비교집단 대비 상대적으로 높게 나타남.
- 입지유형별로 살펴보면, 전통시장이 평균 12.1만원으로 가장 높으며, 지하상가가 평균 10.6만원으로 가장 낮음.

【표 136】 선물 가액범위 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 인지자 중 가액범위가 적절하지 않다고 응답한 응답자(n=667) 단위 : 만원, %)

		사례수	5만원 미만	5만원~ 10만원 미만	10만원~ 15만원 미만	15만원 이상	평균 (만원)
전체		(667)	0.1	16.3	61.9	21.6	11.5
사업체 형태	법인	(37)	2.7	21.6	62.2	13.5	10.3
	개인	(630)	0.0	16.0	61.9	22.1	11.5
사업체 유형	독립점포	(571)	0.0	15.1	61.3	23.6	11.8
	프랜차이즈 가맹점	(96)	1.0	24.0	65.6	9.4	9.7
입지 유형	전통시장	(148)	0.0	11.5	59.5	29.1	12.1
	백화점 및 집합상가	(62)	0.0	21.0	62.9	16.1	11.8
	일반상가	(448)	0.2	17.6	62.1	20.1	11.2
	지하상가	(9)	0.0	0.0	88.9	11.1	10.6

4) 경조사비 가액 범위

- 공직자 등이 원활한 직무수행 또는 사교·의례 또는 부조의 목적으로 제공되는 경조사비 가액 범위에 대해, 평균 12.6만원이 적정하다고 응답함.
- 10만원~15만원 미만인 것이 적당한 가액 범위라고 응답한 비율이 70.2%로 가장 높게 나타남.

【그림 29】 경조사비 가액 범위

(Base : 청탁금지법 인지자 중 가액범위가 적절하지 않다고 응답한 응답자(n=667) 단위 : 만원, %)



- 경조사비 가액범위에 대해 소상공인은 평균 12.7만원, 소기업은 평균 12.2만원이 적정하다고 응답함.

【표 137】 경조사비 가액범위 - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 인지자 중 가액범위가 적절하지 않다고 응답한 응답자(n=667) 단위 : 만원, %)

	사례수	10만원 미만	10만원~15만원 미만	15만원~20만원 미만	20만원 이상	평균 (만원)
전체	(667)	3.9	70.2	4.6	21.3	12.6
사업체 규모						
소상공인	(510)	2.9	71.0	4.3	21.8	12.7
소기업	(157)	7.0	67.5	5.7	19.7	12.2

- 업종별로 살펴보면, 경조사비 적정 가액 금액에 대해 전문상품 도매업은 평균 13.7만원이 적절하다고 응답하여 타 업종 대비 가장 높은 것으로 나타남.

【표 138】 경조사비 가액범위 - 업종별

(Base : 청탁금지법 인지자 중 가액범위가 적절하지 않다고 응답한 응답자(n=667) 단위 : 만원, %)

		사례수	10만원 미만	10만원~15만원 미만	15만원~20만원 미만	20만원 이상	평균 (만원)
전체		(667)	3.9	70.2	4.6	21.3	12.6
업종	음식점업	(278)	4.3	69.8	4.7	21.2	12.5
	음식료품 소매업	(145)	4.1	66.9	7.6	21.4	12.8
	전문상품 소매업	(158)	1.3	69.0	1.9	27.8	13.7
	음식료품 도매업	(58)	8.6	81.0	3.4	6.9	10.4
	기타서비스업	(28)	3.6	75.0	7.1	14.3	11.6

- 세부업종별로 살펴보면, 경조사비 적정 가액 금액에 대해 화초 및 산식물 소매업은 평균 14.8만원이 적절하다고 응답하여 타 업종 대비 가장 높은 것으로 나타남.

【표 139】 경조사비 가액범위 - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 인지자 중 가액범위가 적절하지 않다고 응답한 응답자(n=667) 단위 : 만원, %)

		사례수	10만원 미만	10만원~15만원 미만	15만원~20만원 미만	20만원 이상	평균 (만원)
전체		(667)	3.9	70.2	4.6	21.3	12.6
세부업종	한식전문점	(81)	2.5	70.4	2.5	24.7	12.8
	일식전문점	(73)	11.0	71.2	5.5	12.3	11.1
	중식전문점	(60)	3.3	75.0	0.0	21.7	12.5
	양식전문점	(34)	0.0	64.7	11.8	23.5	13.2
	주점업 및 비알콜 음료점	(30)	0.0	60.0	10.0	30.0	13.8
	육류소매업	(42)	0.0	69.0	7.1	23.8	13.5
	수산물소매업	(26)	3.8	69.2	15.4	11.5	11.8
	건강보조식품소매업	(28)	14.3	53.6	7.1	25.0	12.5
	과실 및 채소 소매업	(30)	3.3	70.0	0.0	26.7	13.0
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(19)	0.0	73.7	10.5	15.8	12.6
	화초 및 산식물 소매업	(87)	1.1	64.4	1.1	33.3	14.8
	선물용품 소매업	(33)	3.0	72.7	3.0	21.2	12.1
	화장품전문점	(18)	0.0	83.3	5.6	11.1	11.4
	제과점	(20)	0.0	70.0	0.0	30.0	13.3
	육류도매업	(31)	3.2	80.6	3.2	12.9	11.5
	수산물 도매업	(24)	16.7	79.2	4.2	0.0	9.0
	기타 가공 식품 도매업	(3)	0.0	100.0	0.0	0.0	10.0
	기타서비스업	(28)	3.6	75.0	7.1	14.3	11.6

- 지역별로 살펴보면, 광주지역이 평균 14.9만원으로 가장 높게 나타났으며, 서울지역이 평균 11.5만원으로 가장 낮게 나타남.

【표 140】 경조사비 가액범위 - 지역별

(Base : 청탁금지법 인지자 중 가액범위가 적절하지 않다고 응답한 응답자(n=667) 단위 : 만원, %)

	사례수	10만원 미만	10만원~15만원 미만	15만원~20만원 미만	20만원 이상	평균 (만원)
전체	(667)	3.9	70.2	4.6	21.3	12.6
지역	서울	(262)	3.4	84.4	1.1	11.5
	부산	(116)	7.8	74.1	6.9	11.6
	대구	(83)	3.6	54.2	3.6	13.9
	인천	(63)	1.6	55.6	1.6	14.6
	광주	(47)	4.3	46.8	19.1	14.9
	대전	(60)	3.3	50.0	8.3	14.2
	울산	(36)	0.0	80.6	5.6	11.7

- 세부집단별로 살펴보면, 개인, 프랜차이즈 가맹점의 평균 가액금액이 비교집단 대비 상대적으로 높게 나타남.
- 입지유형별로 살펴보면, 일반상가가 평균 13.3만원으로 가장 높으며, 전통시장이 평균 10.8만원으로 가장 낮음.

【표 141】 경조사비 가액범위 - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 인지자 중 가액범위가 적절하지 않다고 응답한 응답자(n=667) 단위 : 만원, %)

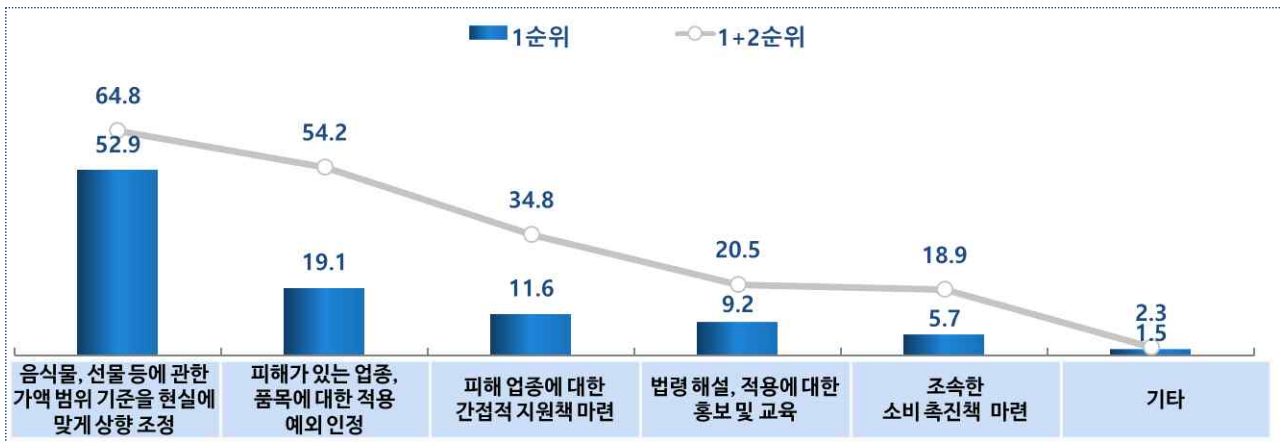
	사례수	10만원 미만	10만원~15만원 미만	15만원~20만원 미만	20만원 이상	평균 (만원)
전체	(667)	3.9	70.2	4.6	21.3	12.6
사업체 형태	법인	(37)	5.4	75.7	8.1	11.4
	개인	(630)	3.8	69.8	4.4	12.7
사업체 유형	독립점포	(571)	4.2	70.6	4.4	12.6
	프랜차이즈 가맹점	(96)	2.1	67.7	6.3	12.9
입지 유형	전통시장	(148)	7.4	78.4	5.4	10.8
	백화점 및 집합상가	(62)	1.6	74.2	6.5	12.3
	일반상가	(448)	3.1	66.5	4.2	13.3
	지하상가	(9)	0.0	88.9	0.0	11.1

14. 청탁금지법과 관련한 정부 추진 정책

- 「청탁금지법」과 관련하여 정부가 우선적으로 추진해야 할 정책에 대해 조사한 결과, 음식물, 선물 등에 관한 가액 범위 기준을 현실에 맞게 상향조정이 필요하다는 의견이 52.9%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 피해가 있는 업종, 품목에 대한 적용 예외 인정 19.1%, 피해 업종에 대한 간접적 지원책 마련 11.6% 등의 순임(1순위 기준).
- 기타 의견으로는 청탁금지법 폐지, 고위관료직만 해당하게 청탁금지법 개정, 청렴 기구 설치 후 특별관리, 공무원 인식강화, 경기회복을 위한 지원 정책등이 있음.

【그림 30】 청탁금지법과 관련한 정부 추진 정책

(Base : 청탁금지법 인 지자(n=1,020) 단위 : 중복응답, %)



- 소기업 소상공인 모두 음식물, 선물 등에 관한 가액범위 기준을 현실에 맞게 상향 조정해야 한다는 의견이 가장 높음

【표 142】 청탁금지법과 관련한 정부 추진 정책(1순위) - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 인 지자(n=1,020) 단위 : %)

	사례수	①	②	③	④	⑤	⑥
전체	(1,020)	52.9	19.1	11.6	9.2	5.7	1.5
사업체 규모							
소상공인	(784)	52.0	19.6	11.5	9.3	5.9	1.7
소기업	(236)	55.9	17.4	11.9	8.9	5.1	0.8

* ① : 음식물, 선물 등에 관한 가액범위 기준을 현실에 맞게 상향 조정, ② : 피해가 있는 업종 품목에 대한 적용 예외 인정
 ③ : 피해 업종에 대한 간접적 지원책 마련, ④ : 법령해설, 적용에 대한 홍보 및 교육, ⑤ : 조속한 소비 촉진책 마련, ⑥ : 기타

- 모든 업종에서 음식물, 선물 등에 관한 가액범위 기준을 현실에 맞게 상향조정해야 한다고 응답한 비율이 가장 높은 것으로 나타남.

【표 143】 청탁금지법과 관련한 정부 추진 정책(1순위) - 업종별

(Base : 청탁금지법 인 지자(n=1,020) 단위 : %)

		사례수	①	②	③	④	⑤	⑥
전체		(1,020)	52.9	19.1	11.6	9.2	5.7	1.5
업종	음식점업	(453)	52.3	18.1	13.5	9.9	4.6	1.5
	음식료품 소매업	(220)	53.2	17.3	12.3	8.6	6.8	1.8
	전문상품 소매업	(221)	50.7	21.7	10.0	9.0	7.7	0.9
	음식료품 도매업	(86)	59.3	22.1	3.5	8.1	4.7	2.3
	기타서비스업	(40)	57.5	20.0	12.5	7.5	2.5	0.0

* ① : 음식물, 선물 등에 관한 가액범위 기준을 현실에 맞게 상향 조정, ② : 피해가 있는 업종 품목에 대한 적용 예외 인정

③ : 피해 업종에 대한 간접적 지원책 마련, ④ : 법령해설, 적용에 대한 홍보 및 교육, ⑤ : 조속한 소비 촉진책 마련, ⑥ : 기타

- 기타 가공 식품 도매업을 제외한 모든 세부 업종에서 음식물, 선물 등에 관한 가액범위 기준을 현실에 맞게 상향조정해야 한다고 응답한 비율이 가장 높은 것으로 나타남.

- 기타가공식품 도매업의 경우, 피해가 있는 업종 품목에 대한 적용 예외 인정이라고 응답한 비율이 가장 높음

【표 144】 청탁금지법과 관련한 정부 추진 정책(1순위) - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 인 지자(n=1,020) 단위 : %)

		사례수	①	②	③	④	⑤	⑥
전체		(1,020)	52.9	19.1	11.6	9.2	5.7	1.5
세부 업종	한식전문점	(119)	61.3	14.3	12.6	7.6	4.2	0.0
	일식전문점	(101)	57.4	15.8	16.8	6.9	1.0	2.0
	중식전문점	(101)	54.5	16.8	8.9	8.9	5.9	5.0
	양식전문점	(82)	37.8	20.7	14.6	18.3	8.5	0.0
	주점업 및 비알콜 음료점	(50)	40.0	30.0	16.0	10.0	4.0	0.0
	육류소매업	(60)	51.7	23.3	8.3	13.3	3.3	0.0
	수산물소매업	(40)	50.0	17.5	15.0	10.0	5.0	2.5
	건강보조식품소매업	(40)	52.5	12.5	20.0	5.0	10.0	0.0
	과실 및 채소 소매업	(40)	62.5	10.0	10.0	7.5	7.5	2.5
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(40)	50.0	20.0	10.0	5.0	10.0	5.0
	화초 및 산식물 소매업	(110)	54.5	26.4	10.9	4.5	3.6	0.0
	선물용품 소매업	(41)	53.7	9.8	7.3	12.2	12.2	4.9
	화장품전문점	(40)	40.0	22.5	12.5	12.5	12.5	0.0
	제과점	(30)	46.7	20.0	6.7	16.7	10.0	0.0
	육류도매업	(40)	75.0	12.5	2.5	5.0	5.0	0.0
	수산물 도매업	(40)	50.0	27.5	5.0	7.5	5.0	5.0
	기타 가공 식품 도매업	(6)	16.7	50.0	0.0	33.3	0.0	0.0
	기타서비스업	(40)	57.5	20.0	12.5	7.5	2.5	0.0

* ① : 음식물, 선물 등에 관한 가액범위 기준을 현실에 맞게 상향 조정, ② : 피해가 있는 업종 품목에 대한 적용 예외 인정

③ : 피해 업종에 대한 간접적 지원책 마련, ④ : 법령해설, 적용에 대한 홍보 및 교육, ⑤ : 조속한 소비 촉진책 마련, ⑥ : 기타

- 모든 지역에서 음식물, 선물 등에 관한 가액범위 기준을 현실에 맞게 상향조정해야 한다고 응답한 비율이 가장 높은 것으로 나타남.

【표 145】 청탁금지법과 관련한 정부 추진 정책(1순위) - 지역별

(Base : 청탁금지법 인 자(n=1,020) 단위 : %)

		사례수	①	②	③	④	⑤	⑥
전체		(1,020)	52.9	19.1	11.6	9.2	5.7	1.5
지역	서울	(384)	58.1	16.9	13.8	4.4	4.7	2.1
	부산	(170)	52.9	22.4	10.0	7.6	7.1	0.0
	대구	(122)	60.7	16.4	5.7	12.3	4.1	0.8
	인천	(100)	49.0	25.0	11.0	9.0	5.0	1.0
	광주	(81)	34.6	25.9	21.0	7.4	11.1	0.0
	대전	(80)	52.5	22.5	15.0	5.0	5.0	0.0
	울산	(83)	41.0	9.6	1.2	36.1	6.0	6.0

* ① : 음식물, 선물 등에 관한 가액범위 기준을 현실에 맞게 상향 조정, ② : 피해가 있는 업종 품목에 대한 적용 예외 인정

③ : 피해 업종에 대한 간접적 지원책 마련, ④ : 법령해설, 적용에 대한 홍보 및 교육, ⑤ : 조속한 소비 촉진책 마련, ⑥ : 기타

- 모든 세부집단에서 음식물, 선물 등에 관한 가액범위 기준을 현실에 맞게 상향조정해야 한다고 응답한 비율이 가장 높은 것으로 나타남.

【표 146】 청탁금지법과 관련한 정부 추진 정책(1순위) - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 인 자(n=1,020) 단위 : %)

		사례수	①	②	③	④	⑤	⑥
전체		(1,020)	52.9	19.1	11.6	9.2	5.7	1.5
사업체 형태	법인	(56)	44.6	10.7	14.3	17.9	12.5	0.0
	개인	(964)	53.4	19.6	11.4	8.7	5.3	1.6
사업체 유형	독립점포	(848)	54.4	19.5	11.6	8.0	5.1	1.5
	프랜차이즈 가맹점	(172)	45.9	17.4	11.6	15.1	8.7	1.2
입지 유형	전통시장	(226)	54.4	19.0	9.3	10.6	5.3	1.3
	백화점 및 집합상가	(91)	57.1	17.6	13.2	5.5	6.6	0.0
	일반상가	(692)	52.0	19.5	11.8	9.4	5.5	1.7
	지하상가	(11)	45.5	9.1	27.3	0.0	18.2	0.0

* ① : 음식물, 선물 등에 관한 가액범위 기준을 현실에 맞게 상향 조정, ② : 피해가 있는 업종 품목에 대한 적용 예외 인정

③ : 피해 업종에 대한 간접적 지원책 마련, ④ : 법령해설, 적용에 대한 홍보 및 교육, ⑤ : 조속한 소비 촉진책 마련, ⑥ : 기타

- 다수 의견으로 소상공인, 소기업 모두 음식물, 선물 등에 관한 가액범위 기준을 현실에 맞게 상향조정해야 한다고 응답한 비율이 가장 높은 것으로 나타남.

【표 147】 청탁금지법과 관련한 정부 추진 정책(1+2순위) - 사업체 규모별

(Base : 청탁금지법 인 지자(n=1,020) 단위 : %)

	사례수	①	②	③	④	⑤	⑥
전체	(1,020)	64.8	54.2	34.8	20.5	18.9	2.3
사업체 규모							
소상공인	(784)	64.3	56.0	33.7	20.4	18.5	2.4
소기업	(236)	66.5	48.3	38.6	20.8	20.3	0.4

* ① : 음식물, 선물 등에 관한 가액범위 기준을 현실에 맞게 상향 조정, ② : 피해가 있는 업종 품목에 대한 적용 예외 인정

③ : 피해 업종에 대한 간접적 지원책 마련, ④ : 법령해설, 적용에 대한 홍보 및 교육, ⑤ : 조속한 소비 촉진책 마련, ⑥ : 기타

** 모름 무응답 4.5% 제시하지 않음.

- 다수 의견으로 모든 업종에서 음식물, 선물 등에 관한 가액범위 기준을 현실에 맞게 상향조정해야 한다고 응답한 비율이 가장 높은 것으로 나타남.

【표 148】 청탁금지법과 관련한 정부 추진 정책(1+2순위) - 업종별

(Base : 청탁금지법 인 지자(n=1,020) 단위 : 중복응답, %)

	사례수	①	②	③	④	⑤	⑥
전체	(1,020)	64.8	54.2	34.8	20.5	18.9	2.3
업종							
음식점업	(453)	64.7	49.7	40.4	22.1	17.7	2.0
음식료품 소매업	(220)	65.5	54.1	33.6	19.1	18.6	2.7
전문상품 소매업	(221)	62.9	60.2	29.4	19.9	20.8	1.8
음식료품 도매업	(86)	66.3	65.1	23.3	15.1	22.1	4.7
기타서비스업	(40)	70.0	50.0	32.5	25.0	17.5	0.0

* ① : 음식물, 선물 등에 관한 가액범위 기준을 현실에 맞게 상향 조정, ② : 피해가 있는 업종 품목에 대한 적용 예외 인정

③ : 피해 업종에 대한 간접적 지원책 마련, ④ : 법령해설, 적용에 대한 홍보 및 교육, ⑤ : 조속한 소비 촉진책 마련, ⑥ : 기타

** 모름 무응답 4.5% 제시하지 않음.

- 다수 의견으로 양식전문점, 화장품전문점, 수산물 도매업, 기타 가공 식품 도매업을 제외한, 모든 업종에서 음식물, 선물 등에 관한 가액범위 기준을 현실에 맞게 상향 조정해야 한다고 응답한 비율이 가장 높은 것으로 나타남.
- 양식전문점, 화장품전문점, 수산물 도매업, 기타 가공 식품 도매업은 피해가 있는 업종 품목에 대한 적용 예외 인정의 응답이 가장 높게 나타남.

【표 149】 청탁금지법과 관련한 정부 추진 정책(1+2순위) - 세부업종별

(Base : 청탁금지법 인 지자(n=1,020) 단위 : 중복응답, %)

		사례수	①	②	③	④	⑤	⑥
전체		(1,020)	64.8	54.2	34.8	20.5	18.9	2.3
세부 업종	한식전문점	(119)	74.8	47.9	32.8	22.7	20.2	0.0
	일식전문점	(101)	73.3	42.6	51.5	12.9	11.9	4.0
	중식전문점	(101)	61.4	52.5	38.6	23.8	14.9	5.0
	양식전문점	(82)	45.1	51.2	40.2	32.9	23.2	0.0
	주점업 및 비알콜 음료점	(50)	62.0	60.0	40.0	18.0	20.0	0.0
	육류소매업	(60)	63.3	60.0	28.3	25.0	11.7	0.0
	수산물소매업	(40)	70.0	42.5	40.0	22.5	17.5	2.5
	건강보조식품소매업	(40)	65.0	45.0	45.0	12.5	27.5	0.0
	과실 및 채소 소매업	(40)	67.5	65.0	35.0	10.0	15.0	5.0
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업	(40)	62.5	55.0	22.5	22.5	25.0	7.5
	화초 및 산식물 소매업	(110)	71.8	69.1	25.5	15.5	14.5	0.9
	선물용품 소매업	(41)	61.0	46.3	26.8	26.8	26.8	7.3
	화장품전문점	(40)	50.0	57.5	40.0	17.5	27.5	0.0
	제과점	(30)	50.0	50.0	33.3	30.0	26.7	0.0
	육류도매업	(40)	75.0	57.5	32.5	12.5	17.5	5.0
	수산물 도매업	(40)	60.0	72.5	17.5	15.0	22.5	5.0
	기타 가공 식품 도매업	(6)	50.0	66.7	0.0	33.3	50.0	0.0
	기타서비스업	(40)	70.0	50.0	32.5	25.0	17.5	0.0

* ① : 음식물, 선물 등에 관한 가액범위 기준을 현실에 맞게 상향 조정, ② : 피해가 있는 업종 품목에 대한 적용 예외 인정

③ : 피해 업종에 대한 간접적 지원책 마련, ④ : 법령해설, 적용에 대한 홍보 및 교육, ⑤ : 조속한 소비 촉진책 마련, ⑥ : 기타

** 모름 무응답 4.5% 제시하지 않음.

- 다수 의견으로 울산지역을 제외한 모든 지역에서 음식물, 선물 등에 관한 가액범위 기준을 현실에 맞게 상향조정해야 한다고 응답한 비율이 가장 높은 것으로 나타남.
- 울산지역의 경우, 법령해설, 적용에 대한 홍보 및 교육이라고 응답한 비율이 가장 높게 나타남.

【표 150】 청탁금지법과 관련한 정부 추진 정책(1+2순위) - 지역별

(Base : 청탁금지법 인 지자(n=1,020) 단위 : 중복응답, %)

		사례수	①	②	③	④	⑤	⑥
전체		(1,020)	64.8	54.2	34.8	20.5	18.9	2.3
지역	서울	(384)	69.0	56.8	35.4	14.3	19.3	3.1
	부산	(170)	70.0	68.8	26.5	15.3	16.5	0.0
	대구	(122)	68.9	38.5	48.4	27.0	9.8	1.6
	인천	(100)	60.0	47.0	35.0	30.0	22.0	2.0
	광주	(81)	58.0	56.8	37.0	19.8	25.9	0.0
	대전	(80)	62.5	56.3	47.5	11.3	20.0	1.3
	울산	(83)	43.4	39.8	14.5	48.2	24.1	7.2

* ① : 음식물, 선물 등에 관한 가액범위 기준을 현실에 맞게 상향 조정, ② : 피해가 있는 업종 품목에 대한 적용 예외 인정
 ③ : 피해 업종에 대한 간접적 지원책 마련, ④ : 법령해설, 적용에 대한 홍보 및 교육, ⑤ : 조속한 소비 촉진책 마련, ⑥ : 기타

** 모름 무응답 4.5% 제시하지 않음.

- 다수 의견으로 모든 세부집단에서 음식물, 선물 등에 관한 가액범위 기준을 현실에 맞게 상향조정해야 한다고 응답한 비율이 가장 높은 것으로 나타남.

【표 151】 청탁금지법과 관련한 정부 추진 정책(1+2순위) - 세부집단별

(Base : 청탁금지법 인 지자(n=1,020) 단위 : 중복응답, %)

		사례수	①	②	③	④	⑤	⑥
전체		(1,020)	64.8	54.2	34.8	20.5	18.9	2.3
사업체 형태	법인	(56)	55.4	41.1	39.3	30.4	21.4	1.8
	개인	(964)	65.4	55.0	34.5	19.9	18.8	2.3
사업체 유형	독립점포	(848)	66.7	55.0	34.2	19.6	17.7	2.2
	프랜차이즈 가맹점	(172)	55.2	50.6	37.8	25.0	25.0	2.3
입지 유형	전통시장	(226)	64.2	57.1	28.3	20.4	21.7	1.8
	백화점 및 집합상가	(91)	62.6	52.7	42.9	16.5	24.2	1.1
	일반상가	(692)	65.3	53.3	35.8	21.4	17.1	2.6
	지하상가	(11)	63.6	63.6	36.4	0.0	36.4	0.0

* ① : 음식물, 선물 등에 관한 가액범위 기준을 현실에 맞게 상향 조정, ② : 피해가 있는 업종 품목에 대한 적용 예외 인정
 ③ : 피해 업종에 대한 간접적 지원책 마련, ④ : 법령해설, 적용에 대한 홍보 및 교육, ⑤ : 조속한 소비 촉진책 마련, ⑥ : 기타

** 모름 무응답 4.5% 제시하지 않음.

제2절. 피해사례

1. 음식점업

한식전문점 _ 지우네

- 서울 서초구에 위치한 한식전문 음식점으로 주 고객층의 40%는 공무원이다. 개인사업자로 부부가 함께 운영하고 있다. 청탁금지법 시행 전 월평균 매출액이 3천만원 이상이였으나, 청탁금지법 시행 후 월평균 매출액이 반으로 감소하여 심각한 경영난에 직면하고 있는 것으로 나타났다. 심각한 경영난을 타파하기 위해 종업원 수를 반으로 줄여 인건비등을 절감하여 경영난을 타파하기 위해 노력하지만, 여전히 경영이 어려워 폐업을 고민중인 것으로 나타났다. 점포주 이OO씨는 “저희 점포는 주로 단체 회식이 주요 매출요인 이였으나, 청탁금지법 시행 후 공무원 및 직장인의 회식이 현저히 감소하여 매우 어려운 상황에 직면해 있어요”라고 말하고 있으며 “과거 20~30여 명씩 오던 손님이 두 명 정도씩 오고 있다”면서 “임대료, 인건비도 비싸고 원자재 값도 비싸고... 올해 말까지 견뎌보고 문을 닫을 지 여부를 결정해야할 것 같다”고 허를 찼다. 이와 관련하여 청탁금지법에서 식대 3만원이라는 기준을 정함으로써 회식/간단한 술자리가 급격히 감소하여 이 부분의 개정이 시급하다고 생각하고 있다. 현재 청탁금지법 식대 3만원을 조금 더 인상해야 한다고 말하고 있다.

한식전문점 _ 히노야마

- 서울 양천구에 위치한 한식전문 음식점의 주 고객층은 공무원이다. 개인 사업자로 김영란 법 시행 전부터 적자 상태였는데 청탁금지법 시행 후 더 큰 적자를 기록하고 있는 것으로 나타났다. 점포주 박OO씨는 “점심 손님도 줄었고 저녁손님 마저도 줄어들고 있는 상황입니다” 라고 이야기하면서, 음식점 운영 자체가 힘들다고 토로하고 있다. 그러면서 청탁금지법으로 식대 가격을 제한한다는 것 자체가 이해가 힘들다고 말하면서, 청탁금지법에 제시된 식대 가액범위를 업종에 따라 현실에 맞는 금액으로 조정이 필요하다고 말하고 있다.

한식전문점 _ 대계수산

- 서울 성북구에 위치한 수산물전문 음식점으로 아파트상가 및 주택가가 위치하고 있는 가족 및 친지들의 만남 장소로 장사를 하고 있다. 본 점포의 고객층은 일반고객으로 김영란 법 적용 대상자가 아니지만, 청탁금지법 실시 이 후 일반고객들 마저도 줄었다고 한다. 점포주 노OO씨는 “회식, 친지모임, 가족 모임 장소로 많이 이용했으나 지금은 이런 고객마저도 줄었으며, 경기침체와 더불어 청탁금지법 까지 영향을 받은 것 같다”라고 말하며, 청탁금지법 시행 이후 청탁금지법과 관련 없는 손님들마저도 청탁금지법을 잘못 이해하여 소비를 자제하고 있는 것 같으며, 정부에서는 청탁금지법을 지속적으로 홍보할 필요성이 있다고 말하고 있다.

일식점문점 _ 인성참치

- 서울 영등포구에 위치한 참치 전문점으로 주위에 공공기관과 기업이 위치하고 있는 곳으로 현재 위치에서 15년 이상 운영을 해오고 있다. 그러나 김영란 법 이후 심각한 타격을 받아서 점포의 폐업 여부를 고민하고 있다. 특히 메뉴가격이 높아서 청탁금지법 실시 이후 손님이 거의 없다고 한다. 점포주 이OO씨는 “현재는 현상유지도 어려운 상태다 하루 20만원도 못팔고 있어요... 손님이 10명 될까 말까해요 청탁금지법 시행전에는 이정도 까지는 아니었는데... 항상 예약을 하고 오시는 단골손님마저도 끊어지게 되고, 가게유지도 어려워지면서 있던 직원도 다 내보내고 지금 혼자서 운영 중이다”라고 이야기 한다. 또한 “생계유지 때문에 문을 닫을 수가 없어서 열고 있지만, 하루하루 한숨만 나온다”라며 청탁금지법에서 정하는 식대 3만원 적용은 말이 안 된다고 이야기 하고 있다. 특히 가게가 너무 썰렁하니까 김영란 법과 관계없는 사람들도 발길이 끊어지는 중이면서, “청탁금지법 적용 여파를 벗어날 수 있도록 소상공인에 대한 지원 정책을 마련해주거나 청탁금지법을 소상공인에 도움이 될 수 있는 방향으로 개선되었으면 한다”라고 이야기 한다.

일식점문점 _ 행복한 스시

- 서울 서초구에 위치한 일식전문점으로 구청(공공기관) 근처 도로변에 위치하고 있다. 창업한지 약 1년 된 사업체로 손님의 대다수가 공무원이다. 특히 청탁금지법 시행 후 매출액이 30~40% 감소하여 폐업을 심각하게 고려 중인 것으로 나타났다. 청탁금지법 시행으로 항상 예약이 잡혀있던 손님들도 다 끊어지고 있으며, 고객 수 감소에 따라 직원 수도 감소하였지만, 직원 수가 감소한 만큼 기존 인력의 인건비가 증가하여(업무 증가로 인한 인건비 상승) 직원 수 감소 효과를 전혀 보지 못하고 있는 것으로 나타났다. 점포주 양OO씨는 “저희 일식집 같은 경우 운영을 하기 위해 기본적으로 필요한 직원이 있는데 이마저도 줄이고 있는데도 경영이 힘들어요.. 특히 직원을 줄이면서 현재 인력에 대해 업무가 과중되어 더 많은 임금을 지급하고 있어요”라고 말하고 있다. 청탁금지법이 좋은 취지로 시행하고 있지만, 소상공인의 피해는 극심한 상황인 것으로 나타났다. 점포주 양OO씨는 “주 1회 주변 식당 이용을 권장하는 캠페인을 실시하거나, 구청(공공기관) 내 주변 상점(식당)의 광고물 부착을 허용해 줬으면 좋을 것 같아요”라고 말하면서, 소상공인 피해를 최소화하기 위해 다양한 지원방안을 마련해 줄 것을 강조 했다.

중식전문점 _ 강서성

- 서울 성북구에 위치한 중식당으로 개업한지 1년이 되었다. 근처에 공공기관, 전통시장이 있어 사람들도 많고 지리적으로 상당히 좋은 위치라고 생각해 창업을 하게 되었으나, 청탁금지법 이후 경영상태가 급격히 악화되었다. 청탁금지법 이후 매출액이 50%이상 감소하였으며, 주류 상품의 매출액이 거의 없어 영업이익은 더 악화 되고 있다고 한다. 특히 점포주 방OO씨는 “저희 중국집은 세트 등 요리 메뉴와 주류가 많이 판매되어야 이윤이 많이 남고, 경영하기 좋은데 청탁금지법 이후 이런 요리는 전혀 안 팔리고 간단한 점심 메뉴만(짜장면, 짬뽕 등) 판매되고 있어요... 또한 직원 회식을 거의 찾아보기 힘들고, 저녁 예약손님은 아예 없어요”라며 경영에 어려움이 있다고 하소연 하고 있다. 특히 청탁금지법과 관련해서는 식대등 현재 제시된 금액을 현실적인 금액(식비 5만원 이상 등)으로 조정되어야 하며, 제도적 규제보다는 경기 침체를 타파할 수 있도록 소상공인을 살리는 소비 촉진 정책 마련이 시급하다고 말했다.

양식전문점 _ 티타임

- 대전광역시 대덕연구단지 부근에 있는 양식전문점으로 직원이 6명 정도 되는 업체였다. 연구단지의 지리적 특성상 공공기관이 많이 위치하고 있는 곳으로 김영란 법 이후 심각한 타격을 받고 있다고 한다. 청탁금지법 이후 지속적으로 매출액이 감소하여 현재는 청탁금지법 전과 비교해 약 30% 이상 매출액이 감소한 상태라고 한다. 매출액 감소로 인하여 저가메뉴 개발, 직원감축 등 살아남기 위해 다양한 방법을 모색하고 있으나 별다른 효과가 없다고 말하고 있다. 특히 음식값 3만원 규정으로 비싼 음식은 전혀 안 팔리고 있는 실정이라고 하며, 점포주 송OO씨는 “현 물가에 3만원 식대라... 이 금액은 서민만 죽이는 정책이라고 생각한다. 우리 같은 소상공인들은 정말 영업에 큰 지장을 받고 있다”라고 말하고 있으며, 청탁금지법에 제시된 3만원 식대에 대해 일괄적용하지 말고, 일부품목이나 업종은 예외로 두고 또한 회식비사용 및 직급 등 차등 적용하는 방법도 검토 되어야 한다고 말했다.

양식전문점 _ villad este

- 광주 동구에 위치한 음식점업으로 창업한지 1년 된 업체이다. 창업 시 5명이던 업체가 경영악화로 어느덧 종업원 없이 부부끼리 운영하는 음식점이 되었다. 인건비를 줄여서 사업체를 지속적으로 운영하려고 하지만 청탁금지법 이후 단체손님은 급격히 줄었고, 또한 연말특수가 있어야 하는데 연말 모임이 취소되는 사례가 많아 경영이 더욱 악화되고 있다고 한다. 점포주 조OO씨는 “현재금액으로 식사와 술 음료를 마시기에 턱없이 부족하다... 주로 술 판매를 해야 돈이 많이 남는데 손님이 밥만 먹고 가고... 또한 손님이 급격히 줄어서 경영이 힘들다”라고 말하면서 김영란 법과 관련해서는 음식물 가액범위를 상향 조정해야 한다고 강력히 요청하고 있다.

주점업 및 비알콜 음료점 _ 두리호프

- 서울 성북구에 위치한 맥주전문점으로 지역에서 10년 동안 영업을 하고 있다. 단골도 꽤 확보되고 있으며 점포위치가 사람들이 많이 다니는 일반도로에 위치하고 있으며, 주변에 관공서 및 일반상가도 많이 있어 지리적으로 장사하기 좋은 위치이다. 그러나 청탁금지법 실시 후 막심한 손해를 보고 있는 실정이라고 점포주 이OO씨는 말하고 있다. 특히 두리호프의 주 고객은 청탁금지법 적용대상인 공무원으로 그 비율이 50%를 차지하고 있는데, 청탁금지법 실시로 영업에 직격탄을 맞았다는게 점포주 이OO씨의 주장이다. 점포주 이OO씨는 “공무원들 회식도 많이 줄었고 또 여러명이 와서 술을 먹다보면 금액이 금방 3만원을 넘어가는데... 금액을 제한하면 술을 안먹고... 매출이 급격하게 저하되고 있어요 매출액이 감소하는게 실감이 나요”라고 이야기 한다. 특히 “매출에 변화를 보면 작년 월매출 1200만원 이상이었는데 올해는 1,000만원은 커녕 900만원 달성하기도 힘들어요... 최소 1,000만원 이상 판매를 해야 저도 돈을 버는데 이렇게 되면 계속 적자죠”라며 경영에 어려움을 호소하고 있다. 이OO씨는 청탁금지법과 관련해서는 빠른 시일내에 정부에서 음식값 제한 금액을 상향조정하고 또한 그와 별개로 소상공인을 위한 지원 정책도 마련되어야 한다고 이야기 하고 있다.

주점업 및 비알콜 음료점 _ 끼

- 서울 서초구에 위치한 주점으로 백화점내에 위치하고 있다. 백화점 특성상 유동인구는 항상 많으며, 기본적으로 소비하는 사람들이 있어서 최근 경기 침체에도 불구하고 점포를 운영하는 데 큰 타격을 받지 않고 있었다. 그러나 청탁금지법 실시 이후 상황이 급변하였다. 매출액은 지속적으로 줄고 임대료등 기타비용은 지속적으로 상승하고 있어 점포 운영이 힘들어 진다고 토로하고 있다. 점포주 김OO씨는 청탁금지법 때문에 직접적 피해를 받은 가장 큰 이유로 “개인 고객은 거의 그대로이나 단체 고객이 없어짐에 따라 고급 술 및 안주가 팔리지 않는다”고 말하면서 정부가 청탁금지법에서 제시한 식대 등의 금액제한을 풀고 서민들의 생활이 보다 안정화 될 수 있도록 지원 방안을 마련해야 한다고 주장했다.

2. 음식료품 소매업

육류소매업 _ 황금한우정육점

- 서울 성동구에서 2014년에 창업한 사업체로 한우를 주로 판매하고 있다. 특히 한우 선물 포장 을 많이 판매되고 있는데 청탁금지법 시행 후 매출이 30%이상 감소하여 매장 운영에 심각한 타격을 받았다. 점포주 조OO씨는 “한우 포장 상품의 경우 최저 5만원 대에서 20만원 대까지 다양하게 구성되어 있으나, 청탁금지법 시행 후 한우 소비자들 입장에서 5만원 이하의 선물 포장을 기대할 수 없기에 주문이 없는 실정이다”라고 말하고 있다. 또한 “일반 식당의 경우 3만원 미만의 식대는 충분히 가능하다. 하지만 저희 가게처럼 한우를 판매하는 경우 3만원 미만의 식대는 가당치도 않다. 한우의 경우 3만원 미만 금액은 저녁 찬거리 정도밖에 되지 않는다. 한우 농가의 소득 뿐 아니라 한우 판매점등의 생계를 위해서는 예외를 두어 현실적인 가격(예를 들어 한우의 경우 10만원 미만) 으로 조정되어야 한다”라고 말하고 있다.

육류소매업 _ 청송한우

- 대구 달서구에 위치한 육류소매업으로 2008년에 창업하여 현재 9년째 영업 중인 업체이다. 주변에 전통시장이 위치하고 있어서 지리적으로 우위에 있다고 한다. 그러나 청탁금지법으로 인하여 주 고객의 60%에 해당하는 공무원들의 발걸음이 뜸해졌다고 한다. 점포주 이OO씨는 “가격대와 선물금액이 현실과 불합리하다보니 우리 입장에서는 경제적으로 매우 어려운 게 현실이다.”라고 말한다. 선물세트에 들어가는 한우 등심 2.9kg이 25만원인데 선물가격 규제로 5만원 대에 판매할 수 있도록 구성하다 보니 578g만이 들어가게 되어 공급자도 수요자도 판매자도 만족하지 못하기 때문에 주문이 없는 것이 실정이라고 한다. 그렇다보니 판매업체나 유통업체도 손실을 보고 있으며, 매출 또한 2015년 기준으로 약 1,200만원에서 2016년 기준으로 약 700만원으로 매출이 낮아진 것을 실감할 수 있다. 또한 전통시장에 위치해 있다 보니 다른 업체들도 마찬가지로 피해손실이 있다는 것을 알 수 있다며, 업종에 따라 정부에서 현실에 맞는 금액으로 상향조정이 필요하다고 주장하고 있다.

수산물소매업 _ 오투기수산

- 서울 강남구 전통시장에 위치한 수산물 소매업으로 점포를 운영한지 5년이 되어가고 있다. 식당을 대상으로 소규모 납품 형태로 거래하고 있으며, 청탁금지법 시행 후 주거래처인 식당의 폐업으로 인한 주문량 감소로 경영이 매우 악화되고 있다. 점포주 김OO씨는 “청탁금지법과 경기침체 등으로 폐업하는 식당과 매출이 떨어지는 식당이 많아 주문량이 크게 감소해서 매출이 현저하게 감소했다”면서 소상공인을 살리기 위해서는 현재 청탁금지법에 제시된 식대 가액범위를 업종에 따라 현실에 맞는 금액으로 상향조정이 필요하다고 말하고 있다.

건강보조식품 소매업 _ 정관장

- 서울 강남구에 위치한 건강보조식품 프랜차이즈 소매점으로 홍삼제품등 건강보조식품을 선물용으로 판매하고 있다. 주요 고객은 일반 기업체로 공공기관 등에 선물하려고 대량구매를 많이 하고 있다고 한다. 점포주 우OO씨는 청탁금지법과 관련하여 “저희 점포는 개인이 주문하는 것 보다 회사에서 선물로 주문하는 물량이 많은데 청탁금지법 이후 심각한 타격을 받고 있어요... 저희 업종에서 취급하는 상품의 가격을 고려할 때 선물 5만원 제한 등은 현실성이 떨어진다”고 말하면서 “창업한지 10년이 넘었지만 청탁금지법 시행 후 지금처럼 경영이 어려웠던 적은 없는 것 같아요 가뜰이나 경제도 안좋은데 청탁금지법을 시행하여 경영이 더 악화되고 있어요”라고 말하고 있으며, 청탁금지법에서 제시된 선물가액 범위를 품목(업종)에 따라 조정이 필요하다고 말하고 있다.

건강보조식품 소매업 _ 웰빙하우스

- 서울 영등포구에 위치한 건강보조식품을 판매하는 소상공인으로 점포를 운영한지 11년이 되어가고 있다. 청탁금지법 시행으로 인해 명절을 앞두고 선물용으로 판매되는 홍삼 선물세트가 거의 판매가 되지 않아 경영이 악화되고 있는 것으로 나타났다. 점포주 김OO씨는 “청탁금지법이 실행되기 전에는 넉넉하지는 않지만 점포를 운영하면서 먹고 살 수 있었는데... 지금은 엄청 심각한 수준이에요... 점포를 운영해서 먹고 살기도 힘들어요... 선물금액을 떠나서 눈치를 보는 소비자가 많은 것 같아요... 선물 하는 것을 어려워하고 받는 측에서도 청탁금지법에 걸릴까봐 걱정하면서 선물을 안 하는 것 같은데”라고 이야기를 한다. 이러한 분위기 속에서 앞으로 점포 경영에 대한 미래도 밝지 않으며, 어떠한 해결책도 없는 것 같다고 말하면서, 정부가 소상공인을 위해서 청탁금지법에 대한 규제를 완화하여 현재 지정하고 있는 선물 한도금액을 조금이나마 상향 조정해 주었으면 좋겠다고 말하고 있다.

과실 및 채소 소매업 _ 농산물직송

- 서울 영등포구에 위치한 과실 및 채소 소매점이다. 2007년에 개업하여 10년 동안 운영하고 있으며, 주변에 전통시장이 위치하고 있다. 점포주 최OO씨는 “금액 제한으로 축하 선물이 급격히 감소되었고, 매출 또한 많이 감소하였기 때문에 힘들다.”고 이야기하였다. 더군다나 옆친데 덮친격으로 임대료마저도 올라 가다보니 더욱 어려움을 겪는 게 현실이라고 말하고 있다. 정부에서 이러한 불황사태를 위한 대책을 세움으로써 소상공인을 살려야 한다면서, 청탁금지법에 제시된 가액범위를 업종에 따라 현실에 맞는 금액으로 상향조정이 필요하다고 말하고 있다.

과실 및 채소 소매업 _ 우리농산물

- 서울 관악구에 위치한 과일가게로, 이 지역에서만 16년 동안 운영해 온 업체이다. 주 고객은 일반인 이지만 이들이 공무원에게 선물할 선물용 과일 많이 사 가는데 청탁금지법 시행 이후 정부의 규제로 인하여 선물용 과일 판매 매출이 50% 이상 감소하였다. 점포주 강OO씨는 “선물로 판매되던 과일이 매출의 대부분 이었는데, 현재는 선물로 판매되는 과일 매출이 줄어들고 있다. 그 원인은 선물용 상품의 가격이 높아 청탁금지법에 위배되는 것도 있지만, 경기가 워낙 침체되어서 장사가 안 되는 것 같기도 하다”라고 말했다. 다른 업종의 종사자 분들 또한 같은 상황이라 생각하면서 정부에서 시행한 청탁금지법은 서민을 죽이는 법이라고 말하며 강력하게 폐지를 주장하고 있다.

3. 전문상품 소매업

화초 및 산식물소매업 _ 백천 flower

- 서울 강서구 화곡동에 위치한 꽃집으로 1997년에 창업하여 약 20여년 가량 사업체를 운영 중이다. 단골 등 기존 고객을 보유하고 있어 경제가 어려워도 꾸준히 장사는 되었지만 청탁금지법 시행 후 폐업을 검토할 정도로 경영난이 심각한 것으로 나타났다. 점포주 이OO씨는 “청탁금지법 이후 화환, 난, 화분 등에 대한 주문이 거의 사라졌다. 화훼를 대량으로 구매하는 꽃배달 업체들보다 가격경쟁에서 밀리긴 하지만 승진이나 발령에 맞춰 선물을 보내는 단골들을 보고 장사를 하고 있었는데 이젠 단골들도 선물을 꺼리게 돼 장사가 더 힘들어질 것 같다”고 말했다. 이어 “화훼는 시세에 따라 매일 가격이 달라지는데 5만원이라는 가격에 매번 맞출 수 없는 실정이라 영업방식을 바꾸기도 어려운데 이럴 때 정치인들이 발 벗고 나서서 우리 같은 소상공인들을 도와줘야 한다”며 목소리를 높이고 있다. 또한 “소상공인들에게 정책적 배려는 전혀 없이 일률적으로 적용하고 시행하는 청탁금지법으로 최소한의 감사조차도 표현 할 수 없는 각박한 현실을 만들었다며, 명절이나 소소한 일상의 대소사에서 화훼나 농수축산제품 유통 소상공인들은 전멸 위기에 놓이게 됐다”고 말했다.

선물용품소매업 _ 보르도 세계주류백화점

- 서울 강남에 위치한 선물용품 소매점으로 10년 이상 프랜차이즈 사업체를 운영하고 있다. 프랜차이즈 오픈 이후 사업체 운영에 지속적으로 어려움을 겪고 있으나, 그래도 견딜만 했다고 말하고 있으며 청탁금지법 이후 거래처감소, 주요상품(선물세트 등) 매출액 감소 등 직접적인 피해를 입고 있어 폐업 및 업종전환까지 고려하고 있는 것으로 나타났다. 점포주 이OO씨는 “청탁금지법 시행 이후 저희 같이 선물세트를 판매하는 업체는 거의 고사 상태에 직면해 있어요... 정말 큰 문제는 직무 관련성이 없는 일반 국민들끼리도 선물하면 안 되는 줄 아는 분위기가 팽배해 있어 한숨만 나올 지경이에요... 폐업을 하거나 업종을 바꿔야 할 것 같다”고 토로하고 있다. 소상공인에 직접적인 피해를 주는 청탁금지법의 개선 뿐 아니라 소상공인을 살리기 위해서 다양한 정책(카드 수수료 인하, 영세사업자를 위한 세무지원, 저금리 대출 등)마련도 필요하다고 말하고 있다.

선물용품소매업 _ 태호

- 서울 영등포구에 위치한 선물용품 소매점으로 일반상가에 위치해 있으며, 2013년에 창업하여 점포를 운영한지 4년 되어 가고 있다. 청탁금지법 시행 이후 선물용 상품 매출이 거의 없어지면서, 현재 경영 상태는 심각하게 악화 되고 있는 중이라고 한다. 점포주 김OO씨는 “상품 매출이 없기 때문에 매출액은 2015년 기준으로 약 2,000만원에서 2016년 기준으로 약 800만원이 되었다.”고 말했다. 또 “6개월 정도 운영해보고 이와 같은 경영상태가 지속된다면 폐업할 예정 이다”고 말했다. 이러한 현상은 경기 침체가 원인도 되겠지만 가장 큰 원인으로는 청탁금지법 시행 이후라고 한다. 주 판매 대상은 교사, 교수 등 선생님들을 상대로 하는 선물이 많았으나, 청탁금지법 시행 이후에는 직접 소비하고자 하는 상품 매출만 있다 보니, 스승의 날에 매출도 없고, 연말에 매출 또한 희미한 수준에 이르렀다고 한다. 이렇다 보니 선의의 선물과 청탁에 대한 보다 명확한 선이 나뉘지지 않는다면 금액 조정을 통해서 법을 개정해야 한다는 게 점주의 입장이다.

화장품전문점 _ 화장품할인백화점

- 서울 영등포구에 위치한 화장품전문점으로 지리적으로 일반상가 등 주택가가 주변에 위치하고 있는 업체이다. 운영한지 10년이 된 업체이지만, 생계유지 때문에 문을 닫을 수 없어서 악순환의 반복이 진행되는 중이다. 연말에 아르바이트를 고용하였으나 그마저도 힘들기 때문에 현재는 혼자 그 몫을 담당하고 있어 이중고에 시달리고 있는 중이라고 한다. 점포주 신OO씨는 “현재 위치적으로 기존에 확보된 단골고객으로 인해 고액의 월세를 감수하고 있지만 청탁금지법으로 인해, 기존의 단골 고객마저 떨어져 매출이 급격하게 하락하여 월세마저도 내기 힘든 지경에 이르렀다.”라고 이야기 한다. 과거에는 영등포 시장 주변에 위치한 화장품가게로 매년 크리스마스와 연말, 연시에 고객 선물용으로 대량 판매가 되었다고 한다. 그러나 청탁금지법으로 인해 거래해왔던 기업에서의 주문이 거의 없고 미리 입고되어있던 물건들이 팔리지 않는 악순환이 반복되면서 현재 창고에 쌓여 있는 게 현실이다. 화장품회사에서는 반품조차 받아주지 않고 물품대금 결제를 독촉하고 있으며, 화장품의 유통기간이 한정되어 있어 손해를 감수하더라도 싸값에 팔아야할 지경이라고 한다. 그마저도 팔리면 다행이지만 장기화된 경기침체와 정치적 혼란 게다가 가격제한선을 둔 청탁금지법으로 인해 판매도 불가능해 보인다 라고 하소연을 하고 있다. 그렇기에 정부에서 빠른 시일내에 현실적으로 가능한 법규와 규정을 조정하여 서민들이 연말연시의 미풍양속을 해치지 않고 서민경제를 살릴 수 있게 하여야 한다 라고 이야기 하고 있다.

제과점 _ 파리바게트

- 대전 대덕구에 위치한 제과점으로 10년 이상 프랜차이즈 사업체를 운영 중이다. 단골고객도 많고 나름 경영노하우를 살려 경기 침체에도 불구하고 잘 운영하고 있었다. 프랜차이즈 사업을 하면서 어느 누구나 어려움은 있다고 생각하면서 운영을 했는데 청탁금지법 실시 이후 어려움은 그 누구도 피해갈수 없다는 게 점주의 말이다. 또한 점주 박OO씨는 “직접적인 영향은 아니지만 매스컴에서 청탁금지법에 대해 방송을 하니 교사나 공기업, 공무원들이 부담을 갖고 주문을 하지 않고, 소액금액의 선물이 나가지만 청탁금지법으로 인하여 아예 선물 받는 것을 꺼려하니 매출이 줄어 경영상태가 어렵다”라고 말하였다. 정부는 이러한 소상공인의 경제 활성화를 위해서 청탁금지법의 허용가액을 좀 더 상향조정하여야 한다고 생각하면서도, 기본 5만원 이상으로 조정해야 한다고 이야기했고, 또한 청탁금지법의 법령해설 및 적용에 대한 홍보 및 교육이 필요하다고 말하고 있다.

4. 음식료품 도매업

육류도매업 _ 장수축산

- 울산 남구에 위치한 육류도매업(소고기, 돼지고기 취급)을 운영하고 있는 점포이다. 도매업을 하며 점포 2층에 식당을 운영하고 있다. 식당운영에서 나오는 수익은 극히 일부이며(공간이 남아서 운영 중) 대부분 음식점과 육류 도매, 선물세트 대량판매 등을 통해 수익을 창출하고 있다. 경기침체로 사업체 운영이 점점 어려워지고 있지만 그럭저럭 버텨 나갈만 했으나, 청탁금지법 이후 사업체 경영상태가 급격히 악화되고 폐업을 고려할 정도로 운영에 어려움이 있다고 토로 하고 있다. 특히 주 매출이 식당과 도매거래(소고기 돼지고기 납품)인데 식당장사가 안되다 보니 도매업에도 직접적인 영향을 받고 있다고 한다. 점포주는 “식당이 장사가 안되니 매출액이 반토막 났어요... 도매로 발생하는 매출은 거의 없고 장사도 안되요... 또 청탁금지법 시행 이후 5만원 이하 돼지고기 선물세트 등을 만들어 팔지만 이것마저 사가려는 사람이 없어요. 특히 선물세트 판매량을 늘리려고 하는데 선물정액이 5만원이라 소고기 선물세트는 판매할 엄두도 못내요... 제일 싼 부위나 국거리 같은 걸로 선물세트를 만들어서 판매해 봤자 포장값도 안나오고 고작 1kg정도 밖에 안되어 선물용으로 구매하려는 사람 자체가 없어요”라고 말하며 청탁금지법 자체가 영세 상인들에게 엄청난 피해를 주는 것 같으며 청탁금지법에서 농축산물은 제외되어야 한다고 말하고 있다.

육류도매업 _ 대성축산

- 서울 영등포구에 위치한 육류도매업이며, 2015년에 창업한 사업체이다. 일반상가가 주변에 위치하고 있고 장사가 잘 되다 보니 2015년 매출은 일억천만원에 육박하였으나 청탁금지법이 9월부터 시행되면서부터 전년대비 매출이 반 토막이 나서 2016년 매출은 50%나 떨어져 버렸다. 점포주 허OO씨는 “청탁금지법에 선물금액의 비현실적 책정으로 선물 상품 판매에 문제가 생기면서 인 것 같다”라며 이야기 하면서도 “축산물, 도소매를 하는 업종으로 선물용으로 대부분 한우세트를 맞추고 있는데 5만원 미만의 상품구성 자체가 어려우며, 5만원 미만으로 맞추려면 국거리용 밖에 할 수 없는게 현실인데, 손님들이 국거리용을 선물로 주려고 하지 않는다고 한다”라며 말을 뒷받침 하였다. 그래서 정부에서 이러한 현실을 알고 있다면 축산농가나 도소매점의 생계유지를 위해서는 가격 조정이 필요한 시점이라고 말하였다.

수산물도매업 _ 오대양수산

- 대전광역시 대덕구에 위치한 수산물 도매업으로 사업체를 10년 이상 운영하고 있으며, 상품이 좋기로 소문난 업체로 경기침체에도 불구하고 매출액이 지속적으로 증가하고 있는 업체였다. 오대양수산은 도매업으로 거래처의 경영 현황에 따라 매출액 변동이 심한데 청탁금지법 실시 이후 거래처의 경영악화로 인하여 매출에 심각한 타격을 받고 있는 것으로 나타났다. 특히 비교적 음식값이 비싼 일식집, 횡집이 주 거래처로 청탁금지법 시행 이후 대부분 경영이 악화됐으며 이로 인해 거래량이 급격히 감소하였다고 한다. 점포주 김OO씨는 “경기 침체에도 불구하고 저희업체는 최고 좋은 물건을 산지 직거래를 통해 공급하고 있어 거래처도 지속적으로 늘고 평도 좋아서 매출액이 지속적으로 증가하고 있었는데 청탁금지법 이후 식당(거래처)이 폐업하는 경우도 많고, 식당(거래처)들의 손님이 줄어 주변 식당(거래처)과 거래하는 양이 급격히 줄었어요”라고 말하며 청탁금지법은 현실을 모르는 사람들이 만든 탁상행정의 산물이며 소상공인을 죽이는 법이라고 강하게 비판하고 있다. 특히 음식가격 3만원 일괄적용의 경우 말도 안 된다고 현실에 맞는 금액조정이 필요하다고 말하고 있다.

수산물도매업 _ 정남상회

- 서울 동작구 전통시장에 위치한 수산물 도매업으로, 점포를 운영한지 31년이 되어가고 있다. 점포주 허OO씨는 “청탁금지법 시행 이후 매출이 20%이상 줄어들었으며, 그나마 있었던 단골 손님들 또한 발길이 뜸해져서 매출이 지속적으로 감소하고 있는 중이다”고 말했다. 또한 횡집, 일식집 식당의 손님이 줄어들면서 폐업으로 이어져 더 이상의 판매도 없다고 한다. 30년 동안 가게를 운영해오면서 단골손님들과 정을 나누면서 운영해왔지만, 그런 손님들마저도 정부의 규제로 인해 떠나보내야 한다는 것에 대해 대단히 실망감을 감추지 못하겠다고 말하고 있다. 30년 넘게 운영해온 점포를 폐업까지 고려하고 있는 실정이라고 한다. 서민들을 위해 생각한다면 정부의 규제를 조정하거나 폐지해야하는 것이 아니냐는 것이 점포주의 주장이다.

기타 가공 식품도매업 _ 행복마트

- 서울 영등포구에 위치한 기타 가공 식품 도매업이다. 2013년에 영업을 시작하였으나 현재는 청탁금지법 시행 이후에 매출이 감소하여 어려운 상황이라고 한다. 점포주 이OO씨는 “우리 가게는 식품, 공산품 못지않게 관공서나 학교 등을 방문하는 고객이 음료수를 선물용으로 많이 구매하였는데, 법 시행 후 아예 구매 자체가 실종되었다고 말하면서도, 3만원 미만의 상품임에도 불구하고, 구매를 하지 않는 이유는 법 시행과 동시에 사회적인 압박감으로 인사정도의 행위도 위반 되는 것으로 알고 있어서 그런거 같다”라며 말을 하였다. 이렇게 심리적인 요소로 금액이 적음에도 불구하고 간단한 음료 선물도 주저하게 되면서 매출이 감소하였고, 선물이라는 의미가 너무 나쁘게만 보이고 청탁하는 것이라고 단정 짓는 사회적 분위기가 만들어 진 것 같다. 정부에서 정확한 규정과 규율을 홍보해서 소상공인의 피해를 조금이나마 최소화할 수 있게 해주었으면 좋겠다고 말하고 있다.

5. 기타서비스업

기타서비스업 _ 오투노래연습장

- 광주광역시 서구에 위치한 노래방으로 한 지역에서 20년 이상 영업을 하고 있다. 사람들이 많이 다니는 일반도로가에 위치하고 있어, 영업하는데 큰 불편이 없었다. 그러나 지난 9월 청탁금지법 실시 이후 손님 발길이 뚝 끊겼다. 점포주 김OO씨는 “20년 동안 영업하면서 이렇게 힘든 적은 없었던 것 같아요... 청탁금지법과 직접적인 연관이 없다고 생각했는데.. 회사에서나 관공서에서 회식 자체를 안하잖아요... 보통 술을 마신 후 노래방을 찾는 경우가 많은데 청탁금지법 이후 회식 등 술자리가 거의 없어 손님들이 오지 않아요”라고 하였다. 청탁금지법의 취지는 좋으나 일괄 적용이 아닌 업종 등에 따라 차등적으로 적용할 필요성이 있다고 말했다.

기타서비스업 _ 대궁

- 대구광역시 달서구에 있는 노래방으로 영업한지 5년 정도 되었다. 부부와 아르바이트 1명으로 운영하고 있으며, 시설도 깔끔하여 월 평균 매출액이 2,000만원 이상 올리며 주위 노래방보다 잘되는 소위 말하는 “잘나가는 집”이었다. 그러나 청탁금지법 이후 월평균 매출액이 반토막났으며 영업을 힘들어졌다고 한다. 전기세, 아르바이트비 등 기타 비용은 지속적으로 늘어난 반면 매출액은 지속적으로 감소하고 있어 노래방 운영이 힘들다고 토로하고 있다. 점포주 한OO씨는 “청탁금지법으로 회식이 줄어들면서 노래방 손님이 급감했어요... 보통 노래방은 1차로 오는 곳이 아니고 회식이나 모임 후 2차로 오는 곳인데 이런 자리 자체가 없어 진거죠”라며 노래방 운영이 어렵다고 하소연 하고 있다. 청탁금지법과 관련하여 식대 3만원이외 회식비 사용 기준을 만들 필요성이 있다며 소상공인 활성화를 위해 현실에 맞지 않는 청탁금지법 개선이 필요하다고 말하고 있다.

기타서비스업 _ 뗏다 노래방

- 서울시 강남구에 위치한 노래방으로 전통시장에 위치해 유동인구가 많아 상당히 좋은 지역에 위치하고 있다. 그러나 청탁금지법 시행 이후 손님 발길이 끊어지면서 노래방 운영에 어려움을 호소하고 있다. 점포주 양OO씨는 “청탁금지법 이후 혼자 카드결제를 하는 것도 아니고, 금액을 각자 현금으로 더치페이 해서 계산하는 경향이 많다”라고 이야기 한다. 그러면서 “현재를 9개를 운영하는데 룸이 전부 다 차지도 않고 회전도 되지 않아 경영상태는 더 악화되고 있으며, 청탁금지법 시행 전후 비교하면 시행전에는 월평균 매출액이 약 2,000만원 정도였는데 현재는 50% 이상 줄어들었다”고 말하고 있다. 특히 기타 서비스업이나 노래방은 청탁금지법과 직접적으로 관련이 있는 업종이라며 정부에서 청탁금지법에 책정된 금액을 업종에 맞게 상향조정이 필요하다고 주장하고 있다.

첨부. 조사표

통계법 제33조 (비밀의 보호)

통계작성과정에서 알려진 사항으로서
개인 또는 법인이나 단체의 비밀에 속
하는 사항은 보호되어야 한다.

ID

청탁금지법 시행 전후

소상공인 경영실태 조사표

귀사의 일익 번창하심을 기원합니다. 중소기업청과 소상공인연합회, 소상공인시장진흥공단
은 공동으로 「부정청탁 및 금품 등 수수의 금지에 관한 법률」 시행(일명 ‘김영란법’)에 따
른 소상공인의 경영실태 등을 조사하여 소상공인의 피해를 최소화하는 대책마련에 필요한 기
초조사를 실시하고 있습니다.

동 조사내용은 「통계법」 제33조에 의하여 비밀이 보장되며, 특히 매출액 등은 통계목적
이외로는 절대로 사용하지 않으므로, 실효성 있는 정책마련을 위해 여러분의 적극적인
협조를 부탁드립니다.

2017. 1

■ 주관기관 : 중소기업청

■ 수행기관 : 소상공인연합회, 소상공인시장진흥공단

■ 조사기관 : 리서치랩

■ 문 의 : 김민호 연구원(02-559-2733)

※ 다음은 사업체 일반정보 관련사항입니다. 통계적 분류를 위한 것이므로 반드시 응답해
주시기 바랍니다.

소재지	()시/도 ()시/군/구 ()읍/면/동	업종	(/) * 작성예시 : 음식점업/중식
창업년월	(년 월) * 법인: 법인설립등기일 기준 개인사업자: 사업자등록일 기준	사업체 형태	①법인 ②개인
사업체유형	①독립점포 ②프랜차이즈 가맹점		
입지유형	①전통시장 ②백화점 및 집합상가 ③일반상가(도로변, 아파트상가, 주택가 등) ④지하상가 ⑤기타()		

1. 귀하는 현재 사업체를 경영하신지 1년 이상이 되었습니까?

①예(☞ 설문 계속) ②아니오(☞ 설문 중지!!)

2. 귀하는 지난해 9.28일 시행된 「부정청탁 및 금품 등 수수의 금지에 관한 법률」(이하 ‘청탁 금지법’, 일명 ‘김영란 법’)을 알고 계십니까?

①매우 잘 알고 있다. ②잘 알고 있다. ③보통이다. (①~③ ☞ 설문 계속)
④잘 모르고 있다. ⑤전혀 모른다. (④~⑤ ☞ 설문 중지!!)

* 적용대상, 금품의 정의, 처벌기준, 음식물·경조사비·선물 등 가액 범위 등 설명

3. 귀 사업체의 평소 고객층은 어떻습니까?

공무원(군인포함)· 공공기관 직원	교사·교수·교직원	언론사(방송사, 신문사 등) 직원	기타 민간인	계
()%	()%	()%	()%	100 %

* 고객층의 합계가 100%가 되어야 함

4. 「청탁금지법」 시행 전과 비교할 때, 귀사의 경영활동은 어떠하였습니까?

① 매우 어렵다 ② 다소 어렵다 (☞문 5번으로 이동)
③ 변화 없음 ④ 다소 좋아졌다 ⑤ 매우 좋아졌다 (☞문 6번으로 이동)

5. 「청탁금지법」 시행 전과 비교하여 매출액, 영업이익, 고객 수, 종업원 수는 어떻게 변화하였습니까?(기준시점을 고려하여 응답하여 주시기 바랍니다)

※ 매출액과 영업이익은 통계목적 이외로는 절대로 사용하지 않으므로 실제 발생액 기재 필요

1) 월평균 매출액	‘15.9월	‘16.9월	‘15.12월	‘16.12월
	()만원	()만원	()만원	()만원
2) 월평균 영업이익	‘15.9월	‘16.9월	‘15.12월	‘16.12월
	()만원	()만원	()만원	()만원
3) 일평균 고객수	‘15.9월	‘16.9월	‘15.12월	‘16.12월
	()명	()명	()명	()명
4) 종업원 수 (대표자 제외)	‘16.9월		‘16.12월	
	()명		()명	

- ① (매 출 액) 상품 등의 판매 또는 용역의 제공으로 실현된 금액을 의미(영업외수익은 제외)
② (영업이익) 매출총액에서 매출원가 및 일반관리비를 뺀 것, 단 사업주 인건비는 영업이익에 포함
③ (고 객 수) 사업장을 방문하여 상품을 구매한 고객(비구매자 제외)
④ (종업원수) 명칭과 신분을 불문하고 급여를 받는 근로자(일용직, 아르바이트, 계약직 등 모두포함)

9. 「청탁금지법」과 관련하여 정부가 우선적으로 추진해야 할 정책은 무엇이라 생각하십니까?
(우선순위에 입각해서 2개만 선택)

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- ① 음식물, 선물 등에 관한 가액 범위 기준을 현실에 맞게 상향 조정(법령 개정)
- ② 피해가 있는 업종, 품목에 대한 적용 예외 인정(법령 개정)
- ③ 피해 업종에 대한 간접적 지원책 마련(세제 혜택, 금융 지원 등)
- ④ 조속한 소비촉진책 마련(세일 행사, 캠페인 등)
- ⑤ 법령 해설, 적용에 대한 홍보 및 교육(홍보 및 교육)
- ⑥ 기타 ()

※ 청탁금지법 시행으로 인하여 직간접적 영향을 받으신 일이 있으시면 말씀해 주시기 바랍니다.

--

응답자 성명		연락처	
조사원 성명		조사 일시	
검증원 성명		검증 일시	

♣ 설문에 응해주셔서 감사합니다. 답변내용은 통계목적으로만 활용하겠습니다. ♣