경제관계장관회의
14-36-3

공 개

대한민국, 대도약을 위한 경제혁신 3개년 계획
3년의 혁신, 30년의 성장

중소기업 판로지원 종합대책

- 수요견인형 창조경제 생태계 조성 -

2014. 11. 19

관계부처 합동

순 서

Ⅰ. 추진 배경 ····· 1

Ⅱ. 중소기업 판로의 취약요인 ····· 2

1. 유통시장 환경변화에 대응력 부족 / 2

2. 시장진입 장벽과 불합리한 거래관행 / 3

Ⅲ. 중점 추진과제 ····· 4

1. 창조혁신제품 유통플랫폼 구축 ····· 5

2. 내수시장 초기유통채널 조성 ····· 8

3. 기술개발제품 공공조달 시장창출 ····· 10

4. 불합리한 거래관행의 정상화 ····· 13

Ⅳ. 기대효과 ····· 18

Ⅴ. 추진일정 ····· 19

Ⅰ. 추진 배경

□ 창조혁신제품*의 '사업화 → 판매 → 수익 → 재투자'로 이어져야 **'창의성이 보상받는 창조경제'** 구현과 **'내수경기 활력'** 회복

* 기발한 상상력이 가미된 아이디어 제품, ICT와 결합된 신제품, 기술개발제품 등 수요자 선호도가 높은 신제품 → 연간 2.2만개 추정(창업사관학교, 스마트창작터 등 5,000개, 신기술인증제품 5,000개, 中企 R&D사업화 제품 12,000개)

○ 그간의 창조경제 정책은 **주로 창업·R&D·자금 등 요소공급**(Supply- push형 정책)**에 치중**

◀ 창조경제 생태계의 불균형 ▶



☞ 정책집행 불균형 : (**지원기관**) 국산화 R&D 장려 **VS.** (**수요기관**) R&D 제품 구매 기피

□ **창조경제 기대감으로 창업이 증가**하고 있으나, **시장진입이 어려우면 실패기업가 양산 우려** → 사회적 비용이 크게 증가

* 신설법인 현황(개) : ('13. 1~9월) 56,336 → ('14.1~9월) 62,565(11.1%↑)
* 창업선도대학 창업자 애로사항(%) : (판로) 49, (자금) 35, (멘토링) 13
* 기업실패 원인(%) : (판매난) 48.5, (적자난) 41.8, (대금 회수) 40.8, (거래처 부도) 39.3

○ **대기업 중심의 유통구조, 최저가 낙찰제에 따른 가격경쟁** 등으로 창조혁신제품의 **시장진입과 적정가격 확보가 곤란**

⇒ 과다수수료, 갑을관계, 덤핑낙찰 등으로 인해 기업 **수익성이 악화되어 고용창출 및 투자로 이어지지 않는 악순환 지속**

□ 창조혁신제품에 대한 **선도적인 시장창출** 및 시장의 불합리한 유통 관행에 대한 **적극적인 개선 노력**이 절실

○ **선순환 창조경제 생태계**를 위해서는 Supply-push형 정책과 함께, **수요견인(Demand-pull)형 시장창출 정책**도 병행할 필요

Ⅱ. 중소기업 판로의 취약요인

1 유통시장 환경변화에 대응력 부족

□ '12년말 기준, 중소기업 총 판매액은 579.9조원*이며, 이중 **국내 판매비중이 86%**, 해외 판매비중이 14%로, **내수의존도가 높음**

* 중소기업 실태조사('13.12, 중앙회), 중소기업 유통실태조사('13. 9, 유통센터) : 국내판매 498.7조원(소비자 판매 58.3, 공공조달 23.1, 기업판매 417.3) + 수출 81.2조원

□ 중소기업의 공공조달 시장 물품 판매액은 **23.1조원**으로, 공공조달시장의 물품 구매액(30.6조원)의 **75.4% 차지**

○ **나라장터 종합쇼핑몰, 중소기업자간 경쟁제도** 등으로 공공조달시장이 **중소기업제품의 판로에 큰 역할 수행**

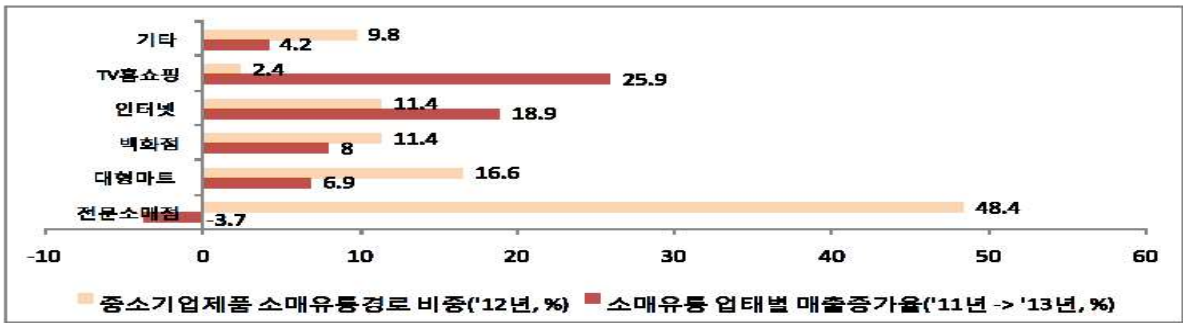
□ 반면, 중소기업의 소비자 직접 판매액은 **58.3조원으로, 전체 소매시장(365.3조원)의 16% 차지**

* 2012년 도소매업 매출액(통계청) : 918.6조원(도매 553.3 + 소매업 365.3)

○ 소매점유율이 낮은 원인은 **제품 인지도 및 A/S 부족** 등에서 기인하지만, **유통환경 변화에 적응하지 못한 것도 큰 원인**

○ 중소기업의 주요 거래처인 **전문소매점**(48.4%)**이 위축**된 반면, **거래비중이 낮은** 인터넷, 홈쇼핑, 백화점 등이 **성장한데서 기인**

< 중소기업 제품의 소매유통경로와 소매업태별 매출증가율 >



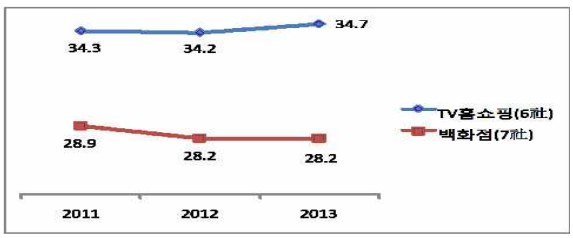
2 시장진입 장벽과 불합리한 거래관행

□ **유통대기업의 시장 과점화***는 마케팅 역량이 취약한 창업기업 제품이 유통채널에 입점하기 어려운 **시장진입 장벽으로 작용**

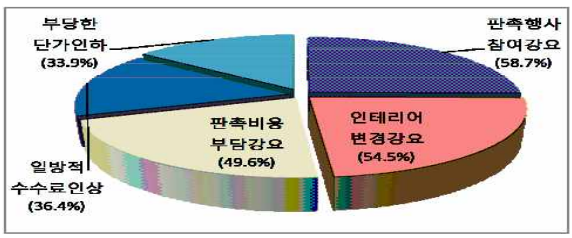
* 상위 3社 시장점유율(%, '13) : (백화점) 84.2, (대형마트) 77.5, (SSM) 69, (홈쇼핑) 66.3

○ 불공정 감독강화 등으로 불합리한 유통환경이 많이 개선되고 있으나, **과도한 판매수수료와 비정상적인 거래관행이 지속**

< 평균판매수수료율(%, 공정위) >



< 백화점 불공정 거래유형('13년, 중앙회) >



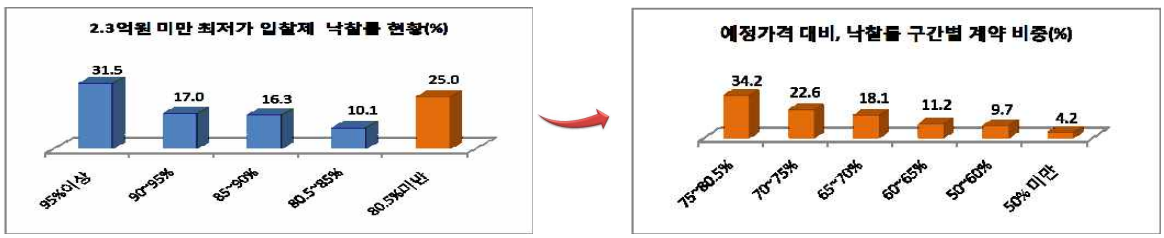
○ **직매입 거래**는 특약매입(반품조건부 외상매입) 보다는 납품기업의 **상품재고 부담을 완화**할 수 있는데, **직매입 비중이 현저히 낮음**

* 국내 직매입 비중('13.12월, 공정위) : (백화점 7社) 9.1%, (홈쇼핑 6社) 3.2%

□ 공공조달의 경우, **2.3억원 이상 입찰은 '적격심사'**를 통해 **적정 가격이 보장**되는 반면, **2.3억원 미만은 최저가 낙찰제가 원칙**

○ 조달청, 공공기관을 중심으로 **제값주기 관행이 정착**되고 있으나, 아직도 최저가 낙찰제의 **4건 중 1건이 덤핑 수준으로 낙찰**

* 최저가 입찰제 11,634건 중 2,909건이 낙찰하한율 미만 낙찰(평균낙찰률 69.6%)



* 2.3억원 미만 물품·일반용역 입찰 46,812건 중 적격심사 35,178건, 최저가 입찰 11,634건

* 시·군·구 및 지방교육청 입찰의 70%가 최저가 낙찰제를 적용

□ 일부 공공기관은 **정부출연금으로 개발된 국산화 신기술제품**의 **구매를 기피**하고, 기존 구매품목인 **수입제품을 설계에 반영**

Ⅲ. 중점 추진과제

기 본 방 향

◇ 창조경제의 성과물인 **창조혁신제품의 원활한 시장진입을** 위해 **온·오프라인이 연계된 새로운 유통채널 확충**

◇ **불합리한 거래관행이 기업의 수익성 악화를 초래**하고, 근로자 저임금, 투자·소비부진으로 이어지므로 **과감히 개선**

수요견인(Demand-Pull)형 창조경제 생태계 조성

- '17년까지 10.5조원 규모 창조혁신제품 시장창출 -

〈 추 진 방 안 〉

추 진 전 략	정 책 과 제
창조혁신제품 유통 플랫폼 구축	▪ 창조혁신제품 통합 유통플랫폼 구축 ▪ 창조혁신제품 발굴·소싱시스템 구축
내수시장 초기유통 채널 조성	▪ 한국판 '도큐핸즈' 개설·운영 ▪ 중소기업제품 판매공간 확충 ▪ 민간보조사업자의 중소기업제품 의무 구매 ▪ 판매조건부 기술개발과제 신설
기술개발제품 공공조달 시장창출	▪ 기술개발제품 공공구매 확대 ▪ 상용화 기술개발제품 지원 강화 ▪ 공공조달 우수제품의 해외조달 진출지원
불합리한 거래관행 정상화	▪ 최저가 낙찰제 적용대상 축소 ▪ 불합리한 예가산정 금지 및 적정가격 보장 ▪ 백화점 및 홈쇼핑의 직매입 확대 유도 ▪ 홈쇼핑의 불공정 행위 및 비정상 관행의 근절

1 ‘창조혁신제품 유통플랫폼’ 구축

◇ **온·오프라인 통합 테스트베드 시장 구축**을 통해 창조혁신 제품의 **시장진입 교두보 역할 수행 및 시장진입을 촉진**

□ (**현 황**) 백화점, 대형마트, 홈쇼핑 등 유통시장은 유통대기업의 **과점적 시장지위가 고착화**되어 **높은 시장진입 장벽이 형성**

○ 유통대기업은 대기업제품, 수입품 등 수익성 위주의 히트상품 유통에 치중하고, **시장성이 검증되지 않은 제품은 취급 기피**

* 창업선도대학 창업자 애로사항(%) : (판로) 49, (자금) 35, (멘토링) 13

○ 인터넷 쇼핑시장('13년 39.7조원)이 크게 성장*하고 있으나, 창업기업은 **전문인력 부족**으로 **온라인 쇼핑시장 진출에 한계**

* 업태별 성장률(%, '13년) : (백화점) 9.9, (대형마트) 7.7, (홈쇼핑) 15.2, (온라인) 20.4

* 전자상거래 이용(%) : (안함) 77.4, (약간활용) 6.9, (보통) 9.1, (많이 활용) 6.1

* 전자상거래 애로(%) : (전문인력 부족) 43.5, (판촉곤란) 33.3, (가격경쟁력 애로) 27.8

○ 창조혁신제품이 **시장진입 실패로 사장되는 것을 방지**하기 위해 **시장진입이 원활한 온·오프라인 플랫폼 구축** 필요

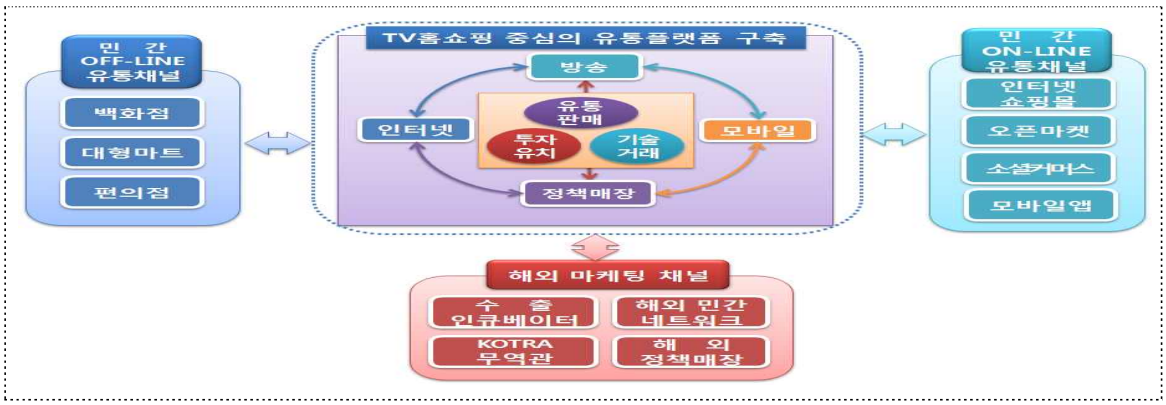
* 기업실패 원인(%, 복수응답) : (판매부진) 48.5, (적자누적) 41.8, (대금회수 지연) 40.8, (거래처 부도) 39.3

□ (**개 선**) 온·오프라인이 연계된 **유통플랫폼 및 창조혁신제품 발굴·소싱시스템 구축**으로 **원활한 시장진입 환경** 조성

① **‘방송·인터넷·모바일·오프라인’**이 연계된 「**창조혁신제품 통합 유통플랫폼**」 **구축**('15. 6월)

○ (**운영방향**) 유통플랫폼 내에서 창조혁신제품 **판로, 투자, 기술거래**를 지원하고, 동시에 **해외시장 개척플랫폼과 연계 지원**

○ (판로지원) 창조혁신제품이 **'통합 유통플랫폼'**을 거쳐 **국내외 온·오프라인 유통채널에 원활한 진입**을 지원



- (**유통플랫폼 內**) **상품특성, 소비자 구매행태**에 따라 방송, 인터넷 쇼핑몰, 모바일, 정책매장에 **동시 또는 단계별 런칭**

  · 판매수요에 따라 방송·인터넷·모바일·매장간 교차 판매 및 일정 매출액 초과 시, 졸업시켜 **시장과 보완 관계 유지**

  * (유통플랫폼) 창조혁신제품 발굴·육성 → (민간) 검증상품의 히트 상품화

- (**민간채널 연계**) 판매성과 우수제품은 **백화점, 홈쇼핑, 대형마트** 등 국내 유통망 진출 연계* 지원

  * 인터넷 판매 우수제품 → 오픈마켓(G마켓, 옥션), 온라인 쇼핑몰(CJ, 롯데닷컴)로 연계

- (**해외채널 연계**) 해외진출 가능성이 높은 제품은 해외마케팅 지원사업과 연계하여 **해외유통망 진출 지원**

  · **해외민간 네트워크**, 해외 정책매장, **홈쇼핑사 해외법인**과 연계 지원을 통해 **온·오프라인 해외 유통채널 입점**

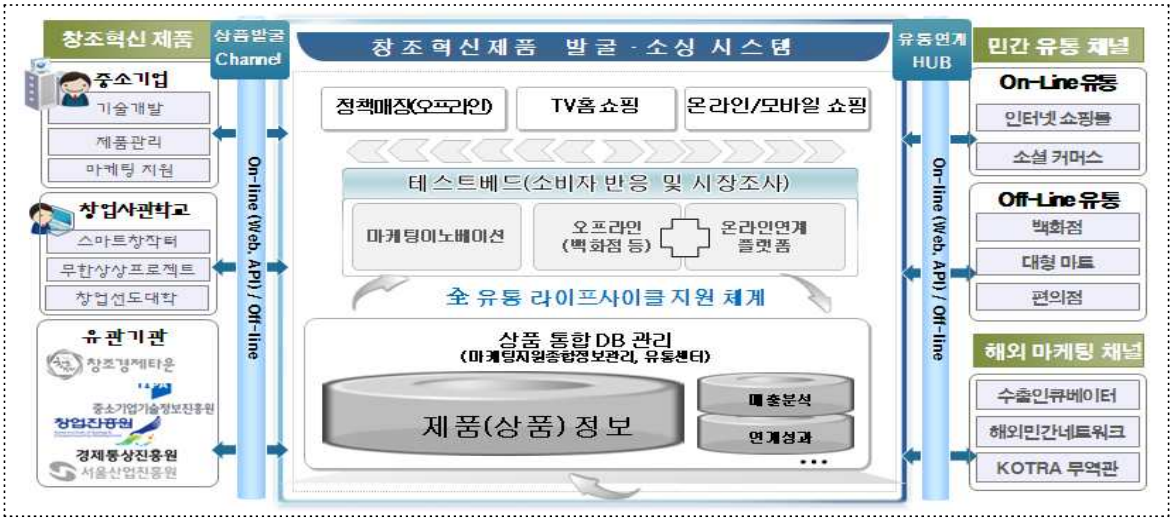
○ (**투자유치**) Kickstarter社(소셜 펀딩)[1]를 벤치마킹하여, 아이디어 사업화자금(상품개발·생산) 공모 및 양산제품 방송·판매('15. 9월)

※ 클라우드 펀딩 법안(자본시장과 금융투자업에 관한 법률) 국회통과시 시행

○ (**기술거래**) 국민 아이디어, 연구기관의 신기술·신공법 등을 창업·중소기업과 거래를 알선하여 사업화 지원('15. 12월)

1) (Kickstarter社) 예비창업자 소셜 크라우드 펀딩사이트, (Quirky) 개인의 아이디어 상품제작·판매

② 창조혁신제품 발굴·소싱시스템 구축



○ 창조경제타운, 창업사관학교, 무한상상 창업프로젝트와 연계, **창조혁신제품의 발굴·소싱이 원활한 지원체계 구축**('15. 2월)

* 판매전문기관인 중소기업유통센터內 상품소싱 전담조직, DB구축·운영

- 중소기업유통센터가 **'유통플랫폼'을 통해 테스트베드 판매**하고, 적합한 국내외 온·오프라인 유통채널로 연계 지원

○ **온라인 유통채널 연계 솔루션 개발**('15. 2월)

- **창의적인 아이디어 생활용품 등 중소기업 제품 DB 구축** ('15. 2월, 2,000개 상품)

- 오픈마켓, 쇼핑몰, 소셜커머스 등 **온라인 유통채널[2]에 입점 등록 및 '창조혁신제품 기획전' 개최**('15년, 53회)

○ 시장조사를 통해 창조혁신제품을 선별, 유통망 진출까지 일괄 지원하는 **"마케팅 이노베이션 프로젝트"** 도입 (500개 제품, 30억원)



2) (오픈마켓) 11번가, G마켓, 옥션 등, (종합쇼핑몰) CJ몰, 롯데닷컴 등, (소셜커머스) 쿠팡, 위메프 등

2 내수시장 초기유통채널 조성

◇ **유통채널 확충, 민간경상보조금 활용 및 판매조건부 기술개발과제 신설** 등을 통해 중소기업제품의 초기 유통시장 창출

1 한국판 '도큐핸즈(TOKYU HANDS)' 개설·운영('15.12월)

○ **(현 황)** 일본의 경우, **창의적인 아이디어 제품의 초기시장을 조성**하기 위해 **아이디어 생활용품**을 취급하는 **도큐핸즈 운영**

- 도큐핸즈('76.8 설립)는 창의적인 아이디어 생활용품 및 잡화류 소매점으로, **생활제안형 상품 위주의 15만개 아이템**을 취급

* 전국 29개 점포, 21개 전문점('14.8월)에 연간 200만명 이상이 방문하고, '13년말 828억 엔 매출액 달성(아이디어 상품으로 백화점과 차별화)

- 반면, 우리나라의 경우 **시장성이 검증되지 않았지만, 가능성이 높은** 창의적인 아이디어 **제품의 판매 공간이 부족**한 실정

○ **(개 선)** '행복한 백화점(서울 목동)'의 **정책매장**(4층, 3,636㎡)**을 도큐핸즈式 매장으로 개편**하여, **창조혁신제품 유통 마중물** 역할 수행

※ 창조경제타운, 창업사관학교, 무한상상 창업프로젝트 등을 통해 **사업화가 이루어진 창조혁신제품 발굴·소싱**

- 공공·상업시설에 운영중인 11개 정책매장*을 **상권특성에 맞는 전문매장**으로 개편하여 창조혁신제품의 초기 유통시장 조성

* 명동·청주 매장, 인천공항, KTX부산역, 고속도로휴게소 5개 등 11개

* (사례) 정책매장內 창조혁신제품의 국내외 유통망 연계 진출



* 디자인가구(허그디자인)
정책매장 → 이마트 全매장, 롯데백화점 안양·대구점 입점



* 휴대용가습기(네오티즌)
정책매장 바이어 상담회 → 미국 등 150만 달러 수출

- **백화점, 대형마트, 아울렛에 샵인샵 방식**의 창조제품 정책매장을 개설하여 **창조혁신제품의 유통시장 진입 촉진**

2 중소기업제품 판매공간 확충

○ (현 황) 국산품 매장면적 의무화*는 **시내면세점에 한정**되고, **공공기관·대기업 유통채널에 입점**이 활성화되지 못한 상황

* 매장면적의 40% 또는 825㎡ 이상 설치 의무화(보세판매장운영에 관한 고시)

○ (개 선) **공항출국장의 면세점에 국산품 매장면적 의무화**('15. 상) 및 우체국 쇼핑, 농협 하나로마트, 대기업 몰에 판매공간 마련

3 민간보조사업자의 중소기업제품 의무 구매 실시

○ (현 황) **정부·지자체·공공기관**이 물품을 구매하거나 용역 발주 시, **중소기업제품을 의무적으로 구매**하고 있으나,

- 민간보조사업(민간경상·자본보조 : '14년 예산 12.5조원)을 받는 사업자(기관·단체 등)는 **중소기업제품 구매의무 대상에서 제외**

* '12년 결산기준 : (경상보조) 1,152개 사업 9.4조원, (자본보조) 138개 사업 2.9조원

○ (개 선) 정부로부터 **민간보조금을 받는 사업자**(기관·단체 등)는 판로지원법령에 따라 **중소기업제품**(물품·용역) **구매 의무화**

* 중소기업자간 경쟁제품(207개 품목), 공사용자재 직접구매(123개 품목) 및 중소기업자 우선조달제도(2.3억원 미만 물품 및 용역)를 적용

* 판로지원법 개정('15. 6월) 및 2016년 예산 및 기금운용계획 집행지침 반영('15. 12월)

4 판매조건부 기술개발과제 신설 검토

○ (현 황) 대기업, 공공기관에서 구매의사를 밝힌 제안 과제에 대해 기술개발을 지원하고 있으나, 대형유통채널은 대상에서 제외

* 기술개발자금은 총 개발비의 75% 이내, 최대 2년간 5억원 지원

○ (개 선) 대형유통채널(백화점, 대형마트, 홈쇼핑)과 중소기업 기술개발역량이 결합될 수 있도록 **'판매조건부 기술개발과제'** 신설

- 유통회사(MD)가 신상품 개발을 제안하고, 중소기업이 신상품 개발 및 생산하면, 유통회사가 **신상품 직매입 후 판매** 실시

* 소비트렌드와 시장분석을 통해 팔릴 수 있는 신상품을 발굴하여 상품개발·개선 제안

3 기술개발제품 공공조달 시장창출

◇ 기술개발제품 **공공구매 확대**, 상용화 기술개발제품 지원강화 및 공공조달 우수 **기술개발제품의 해외조달 시장진출 지원**

1 기술개발제품 공공구매 확대

○ **(현 황)** 중소기업 기술개발제품의 공공조달 시장창출을 위해 우선구매대상 기술개발제품 13종을 지정·운영

* 기술개발제품 지정현황('14.11월, 판로지원법 제14조) : 5,181개 제품

☞ 성능인증, NET, NEP, GS, 우수조달물품, 우수조달 공동상표, 구매조건부 기술개발제품, 민관공동투자 기술개발제품, 녹색인증대상제품, 융·복합기술개발제품, 산업융합품목, 공동기술개발 선정품, 성과공유기술개발제품

- 수의계약, 실적관리 및 기관평가 등을 통해 구매를 권장(물품 구매액의 10%)하고 있으나, **감사, 민원 등의 사유로 구매 기피**

* 수의계약 대상품목 : NET, NEP, GS, 성능인증, 우수조달물품 등 8종
* 기술개발제품 구매비율(%) : (정부) 8.8, (지자체) 9.6, (공공기관) 8.9, (지방공사) 7.1
* 기술개발제품 우선구매 기피사유('13.7월, 516개 공공기관)



- 기술개발제품이 공사 설계단계에서 **사전에 반영되지 않아** 공공조달 시장진입에 애로

○ **(개 선)** 공공기관의 제품정보 **접근성 제고**를 위해 기술개발제품 **상세 DB 구축**(중기청)하고, **조달청 나라장터와 연계하여 서비스**

- 공공기관의 기술개발제품 구매에 대해서는 **감사를 축소**하고, **고의·중과실이 없는 경우**에는 **구매담당자 책임을 면제**

- 기재부, 행자부, 조달청, 중기청이 합동으로「**기술개발제품 구매촉진 TF**」를 구성하여 **기술개발제품 구매촉진방안 마련**

<주요 검토과제(예시)>

① 기술개발제품의 공공조달 시장 진입을 제한하는 규제 및 불합리한 관행 발굴·개선

② 기술개발제품 공급자가 다수인 경우*, 감사부담을 완화하기 위한 구매표준 매뉴얼 마련

* 공공기관의 수요규격에 상응하는 품질·성능 또는 효율 등이 유사하거나 대체·호환이 가능한 품목이 2개 이상이 있는 경우

③ 공사용자재 직접구매 대상품목(123개) 중 기술개발제품이 다수인 경우 관급자재 설계시 우선반영 등 구매활성화 방안 검토

2 상용화 기술개발제품 지원 강화

○ **(현 황)** 상용화 R&D(구매조건부 제품개발[1], 민관공동투자 기술개발[2])제품에 대한 정부·공공기관의 수의계약 근거가 마련되었으나,

1」공공기관이 구매조건부 R&D 지원 및 기술개발 성공제품을 구매하는 제도

2」공기업이 국산화 신기술 개발 협력펀드를 조성 및 R&D를 지원하고, 기술개발 성공제품을 구매하는 제도

* 국가계약법 시행령 제26조 제1항 3호에 수의계약 근거조항 신설('13.12.31)

- **지방공기업** 등의 상용화 R&D 제품 **우선구매 근거가 미비하고, 중소기업의 상용화 R&D 지원규모도 부족한 상황**

* 상용화 R&D지원(국가:지방, 건) : ('11) 90:8 → ('12)100:16 → ('13) 107:17

○ **(개 선)** 구매조건부 기술개발사업에 참여하는 공공기관 확대 ('13년 80 → '17년 120개)

- 국산화 신기술이 개발이 필요한 공기업(대기업 포함)과 함께 조성하는 **민관공동투자 협력펀드 조성 확대**

* 협력펀드 조성액(억원) : ('12) 4,380 → ('13) 5,508 → ('14.10) 5,948

- 지자체 및 지방공기업에서 **상용화 R&D 제품을 수의계약** 할 수 있는 근거 마련(지방계약법 시행령 개정)

3 공공조달 우수 기술개발제품의 해외조달 시장진출 지원

○ **(현 황) 국내 기술개발제품**이 우수한 품질에도 불구하고 UN, 외국정부 등 **해외조달 시장 진출성과는 다소 미흡한 상황**

- 공공조달 시장에 납품된 **기술개발제품을 해외마케팅 지원 사업과 연계, '조달기반의 Born-global' 기업 육성**이 필요

○ **(개 선)** 기술개발제품 등 **우수 공공조달기업**에 해외조달 시장 **동향 및 입찰정보 제공***부터 **1:1 맞춤형 진출**까지 지원

* 해외조달시장 정보시스템(b2g.go.kr)을 통해 국가별 입찰정보를 실시간으로 제공하고 벤더·에이전트 정보 및 조달규정 번역본을 제공

- 조달청 **해외진출유망기업(PQ, Pre-Qualified) 지정을 확대**하고, **해외시장 진출** 및 **마케팅 집중 지원** ('15년, 300개사)

- 틈새시장인 신흥국 중심으로 우수 기술개발제품의 **전략수립**부터 **입찰, 납품까지** 지원하는 **'해외조달시장 진출 사업'** 신설 ('15년, 50개사)

* 러시아·CIS 등 신흥국 중심 민간네트워크를 통해 입찰정보 분석 및 적합기업 매칭, 준비부터 사후관리 지원

- **해외공공조달 지원센터**('14년 15개, KOTRA)와 **공공조달특성화 수출인큐베이터**(알마티, 워싱턴) 통해 **현지 거점** 및 **사후관리** 지원

4 불합리한 거래관행의 정상화

◇ 공공조달 및 유통시장의 **불합리한 거래관행을 개선**하여 **기업 수익성 제고**와 **'갑'과 '을'이 동반성장할 수 있는 환경 조성**

[공공조달 시장 제값주기 추진]

1 최저가 낙찰제 적용대상 축소

○ **(현 황) 2.3억원 이상 물품입찰은 적격심사***를 통해 낙찰자가 결정되는 반면, **2.3억원 미만 입찰은 최저가 낙찰제가 원칙**

* 계약이행능력 심사를 통해서 적정가격(80.5%)이 보장

- 2.3억원 미만 물품입찰에서 일부 **부실기업 덤핑수주, 저가 수입품 납품** 등으로 국내 제조중소기업의 **동반부실화 우려**

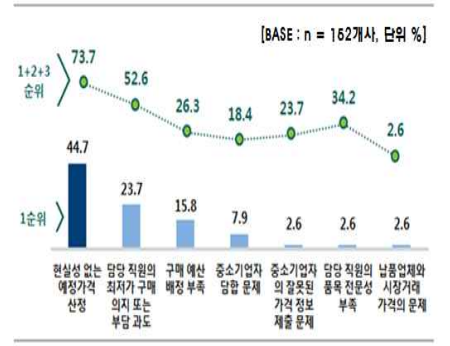
○ **(개 선)** 2.3억원 미만 물품입찰 시, **적격심사를 원칙**으로 하고, 물품을 제조하지 않고 납품하는 경우에만 최저가 낙찰제 적용 (국가계약법시행령 및 지방계약법 시행령 개정)

2 불합리한 예정가격 산정 금지

○ **(현 황)** 일부 공공기관에서 **'업체의 덤핑가격', '직전 낙찰금액'***을 **기초**로 하여 지나치게 낮은 예정가격이 산정

* (최초 입찰) 예정가격 100만원 80.5만원 낙찰 → (연속 입찰) 예정가격 80.5만원에 65만원 낙찰

<계약가격이 불합리한 사유 설문결과>



○ **(개 선)** 공공기관 등이 업체의 **덤핑가격 및 지나치게 낮은 낙찰금액**(직전 낙찰금액, 다량납품할인 행사가격 등)**을 예정가격 산정시 반영하지 못하도록 행정지도**(기재부·행자부)

3 '중소기업자간 경쟁제품의 낙찰하한율' 적용대상 확대

○ **(현 황)** 적정가격 보장을 위해 중소기업자간 경쟁제품의 낙찰하한율이 상향(85→88%)되었으나, 일부 공공기관은 아직 미반영

* 낙찰하한율 상향 : 계약이행능력심사 기준 개정(중기청, '13.12월), 적격심사기준 개정(조달청, '14. 4월)

○ **(개 선) 공공기관**(가스공사 등)**의 자체 계약이행심사기준 상,** 중소기업자간 경쟁제품의 **낙찰하한율 상향 조정**('15. 3월)

4 MAS(Multiple Award Schedule, 다수공급자계약)*의 적정가격 보장

○ **(현 황)** 중소기업자간 경쟁제품의 **다량납품할인**에 대한 **할인율**(예시 : 10%, 20% 할인)**의 상한선**이 없어 **가격경쟁**이 **심화**

* 조달청이 3개 이상 기업과 단가계약 체결하고, 공공기관이 별도 계약 없이 나라장터 쇼핑몰에서 물품을 구매하는 제도('13년 구매액 6.7조원)

- **초·중등학교**의 경우 공공기관들과 달리 **3천만원 이상**인 경우 **2단계경쟁***을 **실시**하여, **기업간 경쟁**이 더욱 심화

* 공공기관이 일정금액(중소기업자간 경쟁제품 1억원, 일반제품 5천만원) 이상 MAS 물품을 구매할 경우 7개사 이상에 제안을 요청하여 납품기업 선정

○ **(개 선)** MAS 2단계경쟁에서 중소기업자간 경쟁제품의 **다량납품할인율 상한선(10%)을 설정**하여 출혈경쟁을 방지

- **초·중등학교**에 납품 시, **2단계경쟁 적용 대상금액**을 일반 공공기관과 동일하게 **상향**('15. 3월)

* (기존) 모든 물품 3천만원 → (개선) 중기간 경쟁제품 1억원, 일반제품 5천만원

5 창업초기기업의 진입장벽 및 비용부담 완화

○ **(현 황)** 계약이행능력 심사 시, **창업초기기업의 인정 범위가 지나치게 협소**하여 창업초기기업의 공공조달 시장진입 애로

* 창업실패율('06~'10년 누계) : (1년 이내) 38.7%, (3년) 59.5%, (5년) 70.4%

○ **(개 선)** 계약이행능력 심사 시, **신용평가등급 점수 만점**(30점)을 부여하는 **창업초기기업의 인정범위 확대**
: (현행) 사업자개시일로부터 **2년 이내** → (개선) **5년 이내**

* 「계약이행능력심사 기준」 개정('14. 11월, 중기청・조달청)
* 조달청 등록업체 업력현황(%) : (2년 미만) 9.3, (2~5년) 18.3, (5~10년) 25.5, (10년 이상) 47

- **MAS 2단계 평가방식 개선***하여 **창업기업 인증비용 완화**

* 창업초기기업의 진입장벽으로 작용하는 '기술인증'을 기본평가에서 선택평가로 전환하고, 배점도 축소(15→10점)하여 인증비용 부담 축소

[유통시장의 불합리한 거래관행 개선]

6 백화점 및 홈쇼핑의 직매입 확대 유도

○ **(현 황)** 선진국 백화점은 납품기업에 유리한 직매입 비중이 높은 반면, **국내 백화점은 상대적으로 낮은 수준**

* 외국백화점 직매입 비중(%) : (일본 이센탄) 30, (미국 Macy's) 41.6, (영국 Debenhams) 67
* 국내 직매입 비중('13.12월, 공정위) : (백화점 7社) 9.1%, (홈쇼핑 6社) 3.2%

- 유통분야 '공정거래 및 동반성장 협약 이행' 평가시 **직매입 확대 노력에 대한 가감점** 부여(현행 가산점 최대 ± 3점 부여)

* 백화점 직매입거래 비중의 증감에 따른 가감점 : (30% 이상 증감) ±3점, (20% 이상 증감) ±2점, (10% 이상 증감) ±1점

○ **(개 선)** 「**자율적인 직매입 가이드라인**(예시 : 30%)」 **제시**를 위해 **외국사례 분석, 연구용역 및 개선방안 마련**('15년, 동반위)

- '백화점 공정거래 협약 이행' 평가시 **직매입 확대 노력에 대한 가산점**(현행 최대 3점)**을 상향 조정**(공정위)

- '홈쇼핑사업자 재승인 심사'시, **중소기업제품 방송취급 비중 및 직매입 비중을 확대**토록 **승인조건에 반영 추진**(미래부)

* 재승인 일정 : 롯데・현대('15.5), NS('15.6), 홈&쇼핑('16.6), GS・CJ('17.3)

※ 신상품 직매입 시, **'판매조건부 기술개발자금' 연계 지원**

7 홈쇼핑사의 불공정 거래행위 근절

○ **(현 황)** 오프라인 매장이 없는 **홈쇼핑의 경우에는 백화점, 대형마트와 다른 유형의 불공정 행위가 존재**

* TV 홈쇼핑 분야 불공정 사례(5.28~6.7, 홈쇼핑 거래 64社 설문조사 결과)

> ① 방송을 전제로 부당한 금품요구, ② 방송시간 강제변경 및 일방적 취소, ③ 부당한 추가비용 강요(게스트 출연료, 사은품비, ARS 할인비용 등), ④ 불분명한 계약(구두발주)

- 중소기업들이 백화점 등 **오프라인 매장의 불공정 사례와 차별**되는 **홈쇼핑 불공정 행위에 대한 감독 및 제재를 호소**

* (사례) 여성경제인 A사는 과도한 상품수량 확보 요구 이후, 방송시간 일방적 변경(오전10시 → 새벽 3시)으로 판매부진 및 상품재고로 경영애로 호소

○ **(개 선)** TV 홈쇼핑 분야의 **구두발주, 방송제작비용 전가** 등 불공정 거래행위에 대해서는 **강력한 제재조치**('15. 상)

- 제재조치 이후 TV 홈쇼핑 분야의 **불공정 거래실태**에 대해 **종합적으로 분석하여 제도 개선 여부를 검토**('15. 하)

- '홈쇼핑사업자 재승인 심사'시, 중소기업제품에 대한 '**정액 방송*** **비중을 축소**'토록 **승인조건에 반영 추진**('15. 상, 미래부)

* 매출액과 관계없이 방송시간당 정액요금을 지불하는 방식

8 홈쇼핑사의 비정상적인 관행의 정상화

○ **(현 황)** 홈쇼핑의 **과점적 시장지위**로 인해 임·직원이 **뇌물 요구 시, 거래단절이 두려워** 응할 수밖에 없는 상황

- 벤더와 기업은 **프라임타임 확보를 위해 뇌물을 제공**하는 등 뇌물비리가 근절되지 않아 홈쇼핑 **재승인 취소 여론**이 팽배

* '수퍼甲질' 언론보도('14. 6) : 도박 빚·前妻 생활비까지 뜯어낸 L홈쇼핑
* 홈쇼핑업계 비리 복마전('14.9, MBC), G홈쇼핑도 납품비리로 검찰 수사('14.10)

○ (개 선) **관계부처 협업**을 통해 뇌물수수 등 **홈쇼핑의 비정상적인 관행 근절 추진**

① 피해사례 상시접수(중기청) → ② 피해실태 조사결과 송부(중기청) → ③ 불공정거래 조사・고발(공정위) → ④ 재승인시 불이익 조치(미래부)

- 미래부・공정위・중기청 등이 참여하는 「**홈쇼핑 정상화 추진 TF***」 **구성**하여 **비정상적인 관행의 근절방안 마련**

- 비정상적인 거래 및 불공정 피해를 상시 접수하는 「**홈쇼핑 피해접수 전담창구**」 **운영**('15.1월, 중기청)

- 유통분야 '공정거래 및 동반성장 협약 이행' 평가 시, **뇌물수수 등 동반성장에 반하는 행위에 대한 감점**(현행 5점) **확대**(공정위)

- 비정상적인 관행을 지속하는 홈쇼핑에 대해 **사업자 재승인시 불이익 조치**(미래부)

* 재승인 일정 : 롯데・현대('15.5), NS('15.6), 홈&쇼핑('16.6), GS・CJ('17.3)

- 비정상적인 관행의 정상화를 위한 **홈쇼핑사 및 납품기업의 자정노력***을 **적극 유도**(정상화 추진 T/F)

* 뇌물을 제공한 벤더 및 기업의 상품에 대해서는 방송을 일정기간 중단하고, 뇌물요구・수수 홈쇼핑 임・직원의 중징계 및 공정위에 자진 신고

(예시) 공공조달 시장의 청렴계약제

☞ 정부의 조달구매, 용역계약 등의 관급공사 입찰에 참가하는 업체와 행정기관이 입찰신청, 낙찰, 계약이행 과정에서 뇌물을 제공하거나 받지 않고, 위반시 제재를 받겠다는 것을 서약하는 제도

☞ 청렴계약 이행서를 제출한 업체만 입찰에 참가할 수 있으며, 입찰담합이나 금품・향응 등 비위사실이 밝혀질 경우 낙찰자 결정 취소와 3월~2년까지 입찰 참가자격이 제한되고, 관련 공무원은 중징계

Ⅳ. 기대효과

◈ 창조혁신제품의 판매 증가와 중소기업 적정 수익성 확보로 **'창의성이 보상받는 창조경제'** 구현과 **'내수경기 활력'** 회복

1 '방송·인터넷·모바일·오프라인'이 연계된 **'유통플랫폼' 구축**으로, 창업기업제품 및 창조혁신제품의 **유통시장 진입장벽 해소**

○ 창조혁신제품이 **'유통플랫폼'**을 거쳐 **국내외 온·오프라인 유통채널에 원활한 진입 기대**

2 내수시장 유통채널 조성 등으로 **중소기업제품 판매 확대 기대**

○ 중소기업 제품판로 확대 : 3년간 10.5조원 예상

① 통합 유통플랫폼 직접 판매액 : **3조원**('15~'17년 총액)

- 공영 TV홈쇼핑 판매액[1] : 2조 1,733억원
- 인터넷, 모바일, 오프라인 판매액[2] : 8,041억원

1」홈&쇼핑 실적의 50%(설립 1년차), 70%(2년차), 90%(3년차) 추정

2」홈쇼핑 5社의 TV방송 판매를 제외한 인터넷, 카탈로그 판매의 비중(37%) 적용

② 민간보조금의 중소기업제품 구매 증가 : **7조 5,000억원**('15~'17년 총액)

- 매년 민간보조금('14년 12.5조원)의 약 20%(2.5조원) 상당의 中企제품 구매 증가 예상

3 최저가 낙찰제 등 조달·유통시장의 불합리한 관행 개선으로 **수익성 제고와 투자 및 고용**으로 이어져 **실물경제 선순환 기대**

* (예시) 최저가 낙찰제 개선 시, 연간 1,007억원(1社 0.6억원) 수익성 개선

4 유통대기업의 **불공정 거래행위 근절**로 대기업과 중소기업이 **동반성장할 수 있는 환경 조성 기대**

Ⅴ. 추진일정

◇ **세부과제별 후속조치계획**을 마련하여 이행상황을 면밀하게 점검하고, 관계부처 **T/F 활동**을 통해 **추가 개선과제를 발굴**

세부 추진과제	일 정	소관부처
1. 창조혁신제품 유통플랫폼 구축		
1-1. 창조혁신제품 통합 유통플랫폼 구축	'15년	미래부·중기청
1-2. 창조혁신제품 발굴·소싱지원체계 구축	'14. 12	미래부·중기청
1-3. 온라인 유통채널 연계 솔류션 개발	'15. 2	중기청
1-4. 마케팅 이노베이션 프로젝트 추진	'15. 1	중기청
2. 내수시장 초기유통채널 조성		
2-1. 한국판 '도큐핸즈' 개설·운영	'15년	미래부·중기청
2-2. 중소기업제품 판매공간 확충	'15.6	미래부·농식품부·관세청
2-3. 민간보조사업자의 중소기업제품 의무구매	'15.6·12	기재부·중기청
2-4. 판매조건부 기술개발과제 신설 검토	'15. 1	중기청
3. 기술개발제품 공공조달 시장창출		
3-1. 기술개발제품 정보제공 강화	'15. 3	중기청
3-2. 기술개발제품 구매의 감사부담 완화	'15년	감사원·전 부처
3-3. 기술개발제품 구매촉진 T/F 구성	'14. 12	기재부·행자부·조달청
3-4. 구매조건부 기술개발사업 참여기관 확대	'15~'17	중기청
3-5. 상용화 R&D제품 수의계약 근거 마련	'15. 6	행자부
3-6. 공공조달 기술개발제품 해외진출 지원	'15년	산업부·조달청·중기청
4. 불합리한 거래관행의 정상화		
4-1. 최저가 낙찰제 적용대상 축소	'15. 6	기재부·행자부
4-2. 불합리한 예정가격 산정 금지	'14.12	기재부·행자부
4-3. 중기간경쟁제품 낙찰하한율 적용 확대	'15. 3	중기청
4-4. MAS(다수공급자계약방식)의 적정가격 보장	'15. 3	교육부·조달청
4-5. 창업초기기업 진입장벽 및 비용부담 완화	'14.11	조달청·행자부
4-6. 백화점 및 홈쇼핑 직매입 확대 유도	'15년	미래부·공정위·중기청
4-7. 홈쇼핑사의 불공정 거래행위 근절	'15년	미래부·공정위·중기청
4-8. 홈쇼핑사의 비정상적인 관행의 정상화	'15년	미래부·공정위·중기청