



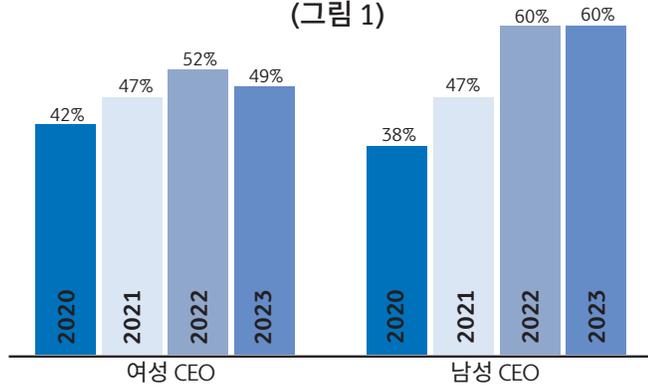
대한민국



회복을 향한 길

대한민국에서 여성 리더 및 남성 리더를 둔 중소기업 모두 코로나19로 인한 침체에서 꾸준히 회복하고 있습니다. 예를 들어 2022년까지 여성 리더를 둔 기업의 52%가 매출 성장을 기록했는데, 이는 2020년 42%에서 증가한 수치입니다(그림 1).

2020년~2023년에 매출 성장률이 양호한 중소기업 비율(CEO 성별별) (그림 1)



전자 상거래 추세 및 과제

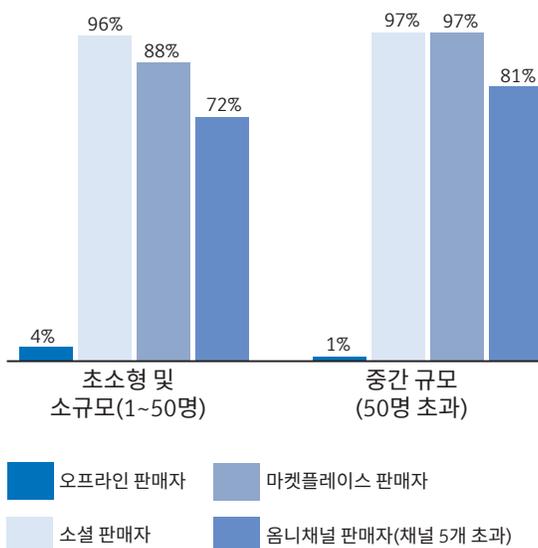
2023년의 주요 전자 상거래 과제

한국의 소기업 중 93%가 상품 및 서비스를 판매하기 위해 일종의 마켓플레이스를 이용했습니다. 초소형 및 소규모 기업의 81%, 중간 규모 기업의 81%가 옴니채널 판매자였습니다(그림 2).

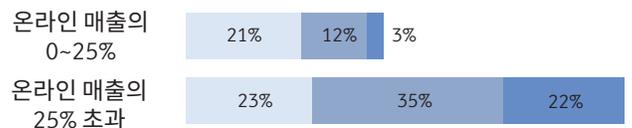
전자 상거래가 최우선 과제입니까?

이에 따라 전자 상거래는 한국 중소기업이 무역에 참여하고 신규 시장에 진출하도록 지원하고 있습니다. 전자 상거래를 사용하는 기업의 80%는 2021년~2022년에 수출 시장을 집중적으로 다각화했습니다(그림 3). 2022년까지 초소형 및 소규모 기업의 54%, 중간 규모 기업의 33%가 3개 이상의 시장으로 수출했는데, 이는 2020년의 초소형 및 소규모 기업의 24%에서 증가하고 중간 규모 기업의 44%에서 감소한 수치입니다(그림 4).

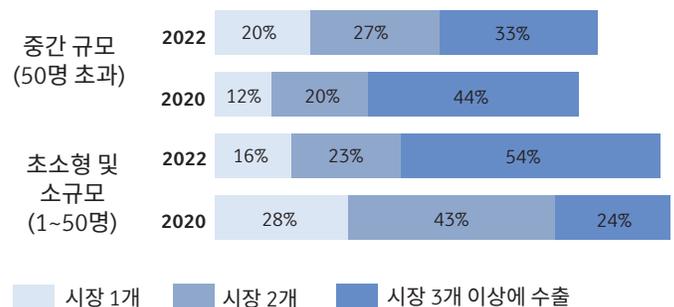
2022년 디지털 마케팅 및 판매 채널 사용(기업 규모별) (그림 2)



2020년에 비해 2022년에 수출 시장을 다각화한 중소기업의 비율(온라인 판매 집약도별) (그림 3)



2020년 및 2022년 수출 시장의 수(기업 규모별) (그림 4)





중소기업이 직면한 과제

한국 기업이 무역 및 전자 상거래를 통해 성장하는 데 있어 자체 온라인 매장을 유지하고 관리하는 것은 여전히 어려운 과제입니다. 설문 조사에 참여한 중소기업 수출업체의 40% 이상은 “매우 중요한 장벽”으로 마켓플레이스에서의 매장 유지, 자국 시장에서의 관세 및/또는 시장 접근 규칙, 국내 내륙 물류 비용, 장기간의 통관 및 국경 절차를 꼽았습니다(그림 5).

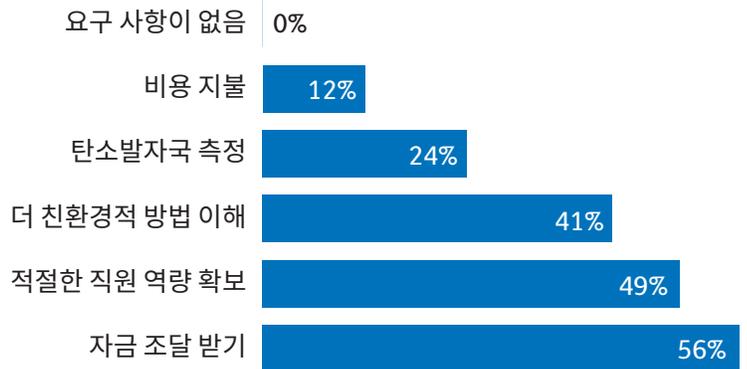
2023년~2024년 중소기업의 매출 성장 및 수출이 직면한 “매우 중요한” 5가지 과제 (그림 5)



중소기업은 지속 가능성을 높여야 합니다.

친환경으로의 전환을 위해, 중소기업은 환경을 개선할 수 있는 방법을 더 효과적으로 이해하고 운영을 더 친환경적으로 만들기 위한 적절한 직원 역량을 이용해야 합니다(그림 6).

중소기업의 지속 가능성 증대 필요 (그림 6)



정책 권장 사항



복원력: 중소기업의 복원력을 보장하기 위해 정부는 무역 프로세스 간소화, 무역 자유화, 물류 품질 개선을 통해 무역 비용을 줄이는 데 집중해야 합니다.



성별: 여성이 주도하는 중소기업의 지속적인 성장을 지원하기 위해 디지털 기술, 재무 및 새로운 수출 시장에 대한 여성의 접근을 장려합니다.



전자 상거래 및 무역: 전자 상거래를 통한 중소기업의 수출을 장려하기 위해, 높은 품질의 인터넷 연결 및 역량 강화를 보장하여 글로벌 온라인 시장에서 입지를 넓히고 거래 프로세스를 디지털화하여 온라인 판매자-중소기업의 수출을 간소화합니다.



지속 가능성: 비즈니스를 친환경적으로 만들기 위한 최적의 방법론에 대한 인식 제고, 탄소 발자국 측정 및 자금 조달을 통해 중소기업의 친환경 전환을 지원합니다.