creative commons
COMMONS DEED

저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:

저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.

변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 이용허락규약(Legal Code)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

Disclaimer

dCollection

[UCI]I804:21031-200000606632

경영학박사 학위논문

상인의식의 실태와 상인단체몰입에 대한 영향

: 부산지역 소상인에 대한 탐색적 실증연구

2022년 2월

부 경 대 학 교 일 반 대 학 원

경 영 컨 설 팅 협 동 과 정

이 정 식

경영학박사 학위논문

상인의식의 실태와 상인단체몰입에 대한 영향
: 부산지역 소상인에 대한 탐색적 실증연구

지도교수 윤 영 삼

이 논문을 경영학박사 학위논문으로 제출함

2022년 2월

부 경 대 학 교 일 반 대 학 원

경 영 컨 설 팅 협 동 과 정

이 정 식

이정식의 경영학박사 학위논문을 인준함.

2022년 2월 25일

위 원 장 경영학박사 홍 재 범 (인)

위 원 경영학박사 이 진 수 (인)

위 원 경영학박사 한 나 영 (인)

위 원 경영학박사 손 헌 일 (인)

위 원 경영학박사 윤 영 삼 (인)

차 례

제1장 머리말 ····· 1

제1절 연구의 배경과 목적 ····· 1

제2절 연구의 범위와 방법 ····· 3

1. 연구의 범위 ····· 3

2. 연구의 방법 ····· 4

제3절 연구의 체계 ····· 4

제2장 이론적 배경 ····· 6

제1절 의식 ····· 6

제2절 상인의식 ····· 7

제3절 단체몰입 ····· 16

제3장 소상인의 실태와 동향: 현장적 배경 ····· 18

제1절 전국 상인의 실태와 동향 ····· 19

1. 전국 소상인의 실태 ····· 20

2. 전국 소상인의 동향 ····· 23

제2절 부산지역 소상인의 실태와 동향 ····· 32

1. 부산지역 소상인의 실태 ····· 32

2. 부산지역 소상인의 동향 ····· 46

3. 부산시의 소상인정책 ····· 49

4. 부산지역 상인단체의 동향 ····· 50

제4장 부산지역 소상인의 의식 실태에 대한 실증연구 ····· 56

제1절 조사방법론 ····· 56

제2절 부산지역 소상인의 의식에 대한 설문조사결과 ····· 58

제3절 소결 ····· 73

제5장 상인단체몰입에 영향을 미치는 상인의식에 관한 실증연구 ····· 76
제1절 실증연구모형 및 가설 ····· 76
1. 실증연구모형 ····· 76
2. 실증연구가설 ····· 76
제2절 조사방법론 ····· 77
제3절 실증연구가설 검증결과 ····· 81
1. 기초통계분석결과 ····· 82
2. 가설검증결과 ····· 86
제4절 해석과 토의 ····· 86
제6장 맺음말 ····· 88
제1절 연구결과의 요약 ····· 88
제2절 시사점 ····· 89
1. 상인단체리더에 대한 시사점 ····· 89
2. 정부(중앙정부/지방정부)에 대한 시사점 ····· 90
제3절 연구의 한계 및 향후 연구의 방향 ····· 92
참고문헌 ····· 94
[부록1] 설문조사문항 ····· 98
[부록2] 설문지 ····· 101
[부록3] 소상인관련 정부정책 및 법제도 ····· 105
감사의 글 ····· 116

표 차례

<표 3-1> 한국표준직업분류의 상인직업/한국표준산업분류에 따른 상업의 구성 ····· 18
<표 3-2> 전국의 전통시장·상점가 상인 및 상인조직의 추이 ····· 19
<표 3-3> 소상공인의 추이 ····· 21
<표 3-4> 업종별 소상공인 사업체 및 종사자수 현황 ····· 21
<표 3-5> 주요국 소상공인 현황 ····· 22
<표 3-6> 연도별 최저임금 ····· 24
<표 3-7> 전국의 전통시장·상점가 상인조직의 추이 ····· 26
<표 3-8> 전국 전통시장 및 상점가 상인현황 ····· 29
<표 3-9> 부산지역 상인의 추이 ····· 33
<표 3-10> 부산지역 업태별 가동사업자 현황 ····· 34
<표 3-11> 부산광역시 자영업 상인업종의 개인사업체 추세 ····· 35
<표 3-12> 부산광역시 구·군별 개인사업자 추이 ····· 35
<표 3-13> 부산지역 주요업종별 규모사업체/1인당 실적 ····· 37
<표 3-14> 업종별 사업자등록증 보유 여부 ····· 38
<표 3-15> 자영업주 연령관련 사항 ····· 39
<표 3-16> 일평균 노동시간 ····· 39
<표 3-17> 노동강도 ····· 40
<표 3-18> 일/삶 균형 ····· 40
<표 3-19> 현재 삶에 만족하는지 여부 ····· 41
<표 3-20> 만족도 집단과 소득집단별 자영업 특성 비교 ····· 41
<표 3-21> 현 점포를 폐업할 경우의 선택 ····· 42
<표 3-22> 자영업자를 위한 제도 가입 비율 ····· 43
<표 3-23> 자영업 개업 이후 월 소득이 가장 많았던 해 ····· 43
<표 3-24> 경기상황에 따른 자영업의 월 소득 분포 ····· 44
<표 3-25> 자영업 경영의 가장 힘든 점 ····· 45
<표 3-26> 부산 자영업자의 미래 전망 ····· 45
<표 3-27> 부산지역 상인조직의 추이 ····· 50
<표 4-1> 표본의 구성 ····· 56
<표 4-2> 문항표 ····· 57

<표 4-3> 변수의 평균과 표준편차 ····· 58
<표 4-4> 인구통계변수별 단체필요의식의 평균값 ····· 59
<표 4-5> 인구통계변수별 단체대외의식의 평균값 ····· 60
<표 4-6> 인구통계변수별 단체대내의식의 평균값 ····· 60
<표 4-7> 인구통계변수별 정부편향의식의 평균값 ····· 61
<표 4-8> 인구통계변수별 정치필요의식의 평균값 ····· 62
<표 4-9> 인구통계변수별 정의공정의식의 평균값 ····· 63
<표 4-10> 인구통계변수별 성장불호의식의 평균값 ····· 63
<표 4-11> 인구통계변수별 계급정체의식의 평균값 ····· 64
<표 4-12> 인구통계변수별 계급대립의식의 평균값 ····· 65
<표 4-13> 인구통계변수별 경쟁불호의식의 평균값 ····· 66
<표 4-14> 인구통계변수별 집단주의의식의 평균값 ····· 67
<표 4-15> 인구통계변수별 권위주의의식의 평균값 ····· 67
<표 4-16> 인구통계변수별 내부귀인의식의 평균값 ····· 68
<표 4-17> 인구통계변수별 장기지향의식의 평균값 ····· 69
<표 4-18> 인구통계변수별 정보필요의식의 평균값 ····· 70
<표 4-19> 인구통계변수별 직업저평가의식의 평균값 ····· 70
<표 4-20> 인구통계변수별 단체몰입의 평균값 ····· 71
<표 4-21> 인구통계변수별 단체몰입의 하위변수/문항별 평균값 ····· 72
<표 4-22> 인구통계변수별 유의미한 차이 ····· 73
<표 5-1> 표본의 구성 ····· 78
<표 5-2> 문항표 ····· 79
<표 5-3> 요인분석결과와 신뢰도분석결과 ····· 80
<표 5-4> 변수별 상관관계표 ····· 81
<표 5-5> 다중회귀분석결과 ····· 83
<표 5-6> 연구가설검증결과표 ····· 87

그림 차례

<그림 5-1> 실증연구모형 ····· 76

상인의식의 실태와 상인단체몰입에 대한 영향
: 부산지역 소상인에 대한 탐색적 실증연구

이정식
부경대학교 일반대학원 경영컨설팅협동과정

요 약

본 논문은 부산지역 소상인의 의식실태를 조사분석하고 소상인의 의식이 상인단체에 대한 몰입에 미치는 영향을 탐색적으로 실증연구한 논문이다.

본 연구는 개념적 연구방법과 경험적 연구방법을 병행하되, 주로 경험적인 연구를 통해 연구목적을 달성하고자 하였다.

경험적 연구는 부산 소상인 444명에 대한 설문조사를 통한 실증연구이다.

본 연구의 실증연구결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 상인의식 실태를 분석한 결과 의식별 평균치를 전체적으로 보면 단체(필요, 대외, 대내)의식, 정부편향의식, 정의공정의식, 계급(정체, 대립)의식, 장기지향의식, 정보필요의식은 높았으나 경쟁불호의식, 집단주의의식, 권위주의의식은 낮았으며, 단체몰입은 높은 편이었다. 의식별 평균치를 인구통계변수별 유의미한 차이 중심으로 살펴본 결과 성별, 점포소유형태, 가맹점여부에서는 차이가 없는 편이었지만, 연령, 사업기간, 업종, 종사자수에서 부분적으로 차이가 있었다.

둘째, 단체몰입에 영향을 미치는 의식에 대한 검증결과로서 단체몰입에 정(+)의 영향을 미치는 의식은 단체필요의식, 단체대외의식, 정치필요의식, 계급정체의식, 계급대립의식, 집단주의의식, 내부귀인의식이었다.

이러한 실증연구결과가 갖는 시사점과 연구의 한계점 그리고 향후 연구에의 제언을 제시하였다.

주제어 : 상인, 의식, 조직몰입, 상인단체, 협회, 부산

The Reality and the Effect on the Commitment to the Merchant Association of Merchant Consciousness : An Exploratory Empirical Study on Small Merchants in Busan

Lee Jeong Sik

Department of Business Administration Consulting Collaborative Course,

The Graduate School,

Pukyong National University

Abstract

This thesis is a paper that exploratively investigated and analysed small merchants' reality of consciousness and the effect of small merchants' consciousness on merchants' association in Busan.

This study attempted to achieve the research objectives mainly through empirical research, while combining conceptual research methods and empirical research methods. Empirical study is to analysis of survey of 444 small merchants in Busan.

The summary of empirical results of this study is as follows.

First, as a result of analyzing the reality of merchant consciousness, the mean of each consciousness was high, such as consciousness of association(need, external, internal), consciousness of government' bias, consciousness of justice and fair, consciousness of class(identity, confrontation), consciousness of long-term orientation, and consciousness of information need, However, negative consciousness

of competition, consciousness of collectivism, consciousness of authoritarianism were low. And commitment to association was high.

As a result of examining significant differences of the mean of consciousness by demographic variable, there were partial differences in age, business period, industry, and number of employee, but there were no differences in gender, store ownership form, and merchant status.

Second, as a result of testing hypotheses of the consciousness affecting commitment to the association, the consciousness that has a positive(+) effect on commitment to the association significantly was consciousness of association(necessity and external), consciousness of necessity of merchants' political activity, consciousness of class(identity, confrontation), consciousness of collectivism, and consciousness of internal attribution.

Lastly the implication of these results of empirical research, limitations of research, and suggestions for future research were presented.

Key words: merchant, consciousness, organizational commitment, merchant association, association, Busan

제1장 머리말

제1절 연구의 배경과 목적

소상인 문제는 복합적이고 구조적이다. 정부의 지원정책이 소상인의 상업 경영에 가장 큰 영향을 미치는 특성을 고려하여 소상인 정책에 대한 이해를 바탕으로 현실에 맞는 소상인 정책에 관한 연구가 수행될 필요가 있다. 과거 정부마다 소상인 정책에서 빼놓을 수 없는 정책이 소상인의 무분별한 창업 억제 및 경쟁력 강화와 관련한 지원책이 주된 내용으로 비슷했다(이정식, 2019). 현장에 맞는 정책이 마련되지 않는 사이 대형유통업체는 규제를 피해 다양한 사업으로 동네 상권에 진출하고 쿠팡 등 온라인쇼핑몰이 확대되며 산업 구조적인 경계선이 무너지는 등 소상인 분야에서의 몰락이 급속하게 진행되고 있다.

상인[1]들은 사회적으로 저평가되고 코로나19 발병 이전에는 정책적으론 대체로 소외되어왔다. 과밀화된 저부가가치, 과당경쟁, 거래의 불투명성, 비표준화, 강한 노동강도, 산발적인 목소리가 나오는 개별화된 산업구조 등이 상업계를 설명해온 일련의 현상이다(황영순 외, 2020a). 그나마 시행되던 자영업 정책 대부분은 밀집도가 높은 전통시장(전창진·정철모, 2014)의 현대화사업이 주된 내용이었으니 그 내용도 편협하여 전통시장 밖 중소상인들의 문제를 거의 다루지는 못했다. 이런 가운데 과거 정부들은 자영업자 과밀화 인식으로 인해 이들의 자연도태를 당연하게 여김으로써 퇴출 정책으로 이어졌다(이정식, 2019).

한편, 2008년을 전후로 대형유통자본의 골목상권 진출이 드셀 무렵 생존위기에 내몰린 부산지역 중소상인 일부에서 변화가 일기 시작했다. 자본주의 체제에 순응하며 자신의 목소리를 내지 못했던 중소상인들이 자신의 장사 터전을 지켜야겠다는 의식으로 중소상인 상인단체(Trade association)[2]를 결성한 뒤 보호

1) 상인의 영어용어는 merchant, retailer, trader/tradesman, storekeeper, dealer, vendor 등 다양하다.

2) 상인단체를 비롯한 사업자단체(business association)는 동종업에 종사하는 기업 및

담론을 사회적으로 형성하며 대형유통자본과의 투쟁에 나섰다.

이후 상인단체들은 생존권위협에 대응해 집단적인 자구책을 마련하며 10년이 넘도록 집합행동을 펼치는 과정에서 자신들의 생존권 보호 장치가 없음을 깨닫곤 전국적 상인단체의 결성으로 이어졌다. 이후 관련 법제도 개선을 위한 정치적인 활동을 통해 입법 운동을 전개했다.

대선(2012년, 2017년)과 총선(2008년, 2012년, 2016년)을 거치는 동안 제도권 밖 투쟁의 한계성을 인식한 중소상인들의 적극적인 정치적 활동으로 여야 주요 정당의 비례대표로 정치권에 진입하기에 이르렀다. 이러한 중소상인들의 집합행동이 정치 의식화까지 이어지고 있지만, 상인 대부분은 자신의 불안한 미래에 상인의 조직화 및 조직의 발전에 대한 인식에 많은 한계를 보여주고 있다.

최근 들어 중앙정부와 지방정부의 골목상권 활성화 정책이 활발해지며 골목상권의 소상인 조직화가 주목받고 있다. 기존의 전통시장 범위를 넘어 '골목형상점가' 지정이나 골목상권 공동체 함양을 통한 골목상권 활성화가 추진되고 있다. 그러나 전통시장과는 달리 조직되지 않은 개별 점포로서 경쟁력을 강화하는 것은 쉽지 않다. 골목상권 활성화를 통해 이들의 생존권을 보호하려는 것인데 특성있는 골목상권별로 상인들을 조직화하여 공동체 의식을 강화하는 것이 중요하다.

전국적으로 상인단체는 매우 많지만, 상인단체 활동이 의식적이거나 체계적이지는 않다. 대부분의 활동이 주체성 특히 상인들의 의식(consciousness)을 고려치 않아 자발적인 참여로 이어지지 못하여 결속력이 떨어진다. 일반적으로 상인들은 민감한 사안에 대해 자신의 주장이나 의견 등을 쉽사리 드러내지 않으려는 경향이 있다. 많은 상인단체에서 집행부 위주의 폐쇄적인 의사결정과 운영(Barnett, 2013)으로 인해 저변 정서와 동떨어진 사업이 추진되어 상인들의 추동력을 떨구는 일이 발생하곤 한다. 이에 상인단체의 체계적인 활성화 정책이 요구되며(Rajwani et al., 2015; Wilts et al., 2005) 이를 위해 상인의식의 함양과 강화가 요구되며(김민수·전진호·임진, 2014) 이를 위한 대항담론 형성이 요

개인이 집합적인 수단을 통하여 구성원의 효용을 극대화할 목적으로 결성하는 자발적인 민간단체이다. 사업자단체에 대한 연구는 주로 집단적인 이익을 정치적인 수단을 통하여 추구하는 이익단체(interest group) 또는 압력단체(pressure group)의 관점에서 연구되어 왔다(Shadlen, 2000).

구된다(Kahl, 2018; Lawton, Rajwani and Minto, 2018).

자본주의 사회에서 중소상인이나 자영업자는 자본가와 노동자의 양대 계급 사이에 낀 쁘띠부르주아지(최태룡, 1991)로의 상인의식은 독특성을 갖고 있으며, 이와 관련하여 권익 보호 향상을 위한 상인 단체운동은 노동운동의 집합행동과는 조직 논리가 다르다(장세훈, 2014). 상인의 보호 문제가 사회적으로 제기되고 있는데(임영희, 2015) 상인의 의식은 사회의 변화에 따라 유기적으로 변화되고 있다. 이러한 상황에서는 오랜 기간 상업을 지속하며 형성된 기본적인 상인의 의식에 관련한 연구가 필수적이지만 이러한 연구는 거의 이루어지지 않았다. 상인의 의식에 관한 체계적인 논의나 실태 파악이 되지 않아 상인단체 활동[3]이나 상인 정책의 효과성을 재고하는 방안으로 상인의 의식 중에 중요한 의식이 무엇인지 그리고 상인의식 실태와 단체몰입에 대한 영향을 규명하는 것이 시급하다고 할 것이다.

이러한 문제의식에서 본 연구는 부산지역 소상인의 의식실태를 살펴보고 소상인의 의식이 상인단체몰입에 미치는 영향을 살펴보고자 한다.

기존연구의 결과가 없다는 점에서 본 연구는 탐색적 연구(exploratory study)이다. 따라서 해석 등에서 한계가 있을 수밖에 없어서 향후의 연구에 대한 기대가 크지만, 부산지역 소상인이 갖는 의식의 실태와 단체몰입에 대한 영향을 탐색한 결과는 부산지역 소상인의 안정을 위한 방안을 제시할 토대를 제공한다는 의의가 있다.

제2절 연구의 범위와 방법

1. 연구의 범위

상인의식은 측면이 다양해 제한적일 수밖에 없다는 점에서, 본 연구는 직접적

3) 사업자단체는 활동에 대한 회원의 참여를 관리해야 하는데, Barnett(2018)은 사업자단체 활동에 대한 확고한 참여의 3가지 요인을 경제적 자기이익, 사회적 정체성 및 메타 조직관리라고 제시하였다.

인 관련이 있는 상인단체와 영업에 관한 의식 그리고 간접적으로 관련이 있는 기업과 사회에 관한 의식에 초점을 둘 것이다.

소상인에 관한 선행연구들 대부분이 전통시장의 경쟁력 강화방안이 주된 내용이었다는 점에서 본 연구는 소상인의 다양한 업종에 대해 상인단체 관련 상인의식에 초점을 둘 것이다.

연구대상에 있어서 부산지역에 한정하며, 상인 중 소상인(임금 지급 여부와 상관없이 종사자 5인 미만)에 한정한다.

2. 연구의 방법

본 연구의 방법은 개념적 연구방법과 경험적 연구방법을 병행하되, 주로 경험적 연구방법으로 연구목적을 달성하고자 한다.

개념적 연구는 이론적 배경으로서 기존 연구결과 등 관련 문헌들을 검토하여 의식개념을 정리하고 부산지역의 상업환경과 소상인의 경제·사회적 실태 나아가 상인단체의 동향을 정리하는 것이다. 이를 위해 상인에 관한 정부(통계청, 산업통상자원부, 중소벤처기업부 등), 국회, 소상공인시장진흥공단과 부산연구원 등 공공기관, 상인단체 및 언론매체의 자료를 분석하였다.

상인의식에 관해서는 선행연구가 거의 이루어지지 않아서 상인의식의 구성요인과 측정방법과 관련해서는 선행연구가 활발히 이루어진 노동자의식과 관련된 연구들을 참조하였다. 특히 상인단체몰입에 영향을 미치는 상인의식들에 대해서는 조직몰입 특히 노조몰입에 관한 연구자료(윤영삼·양윤희, 2002; 윤영삼·HtetMyet Sandy Kyaw, 2019)를 참조·활용하였다.

경험적 연구는 설문 조사를 통해 부산지역 소상인이 가지고 있는 상인의식의 실태와 상인의식의 상인단체몰입에 대한 영향을 분석하는 것이다.

제3절 연구의 체계

제1장에서는 연구의 배경과 목적 그리고 연구의 범위와 방법을 제시하였다.

제2장에서는 의식에 관한 이론적 배경으로 의식의 개념과 상인단체와 관련된 의식을 파악하여 단체몰입에 영향을 미칠 수 있는 변수를 정리하고 기존의 연구결과를 토대로 체계화한다.

제3장에서는 수행할 실증연구결과를 해석하고 현실 적합한 시사점을 도출하는 근거로서 소상인의 실태와 동향을 전국과 부산을 구분하여 살펴본다.

제4장에서는 부산지역 소상인의 상인의식의 실태를 설문조사 결과를 토대로 평균과 인구통계집단별 차이에 대해 살펴본다.

제5장에서는 상인단체 몰입에 영향을 미치는 상인의식에 관한 실증연구모형과 실증연구가설을 제시하고 설문 조사결과에 의한 가설검증결과에 대해 분석하고 해석과 논의를 한다.

제6장에서는 연구결과를 요약하고 시사점을 상인단체 리더와 정부에 대해 제시한다. 이후 연구의 한계점 및 향후 연구의 방향을 제시한다.

PUKYONG NATIONAL UNIVERSITY 부경대학교

제2장 이론적 배경

제1절 의식

의식(consciousness)은 우리 삶에서 가장 친숙하기도 하지만 거의 신비하기도 한 측면이 있어서 여전히 혼란스러움과 논란의 여지가 있는 개념이다.[4] Webster사전에 의하면 의식은 '무의식 등에 대비되는 영역'을 뜻하기도 하나 (속성)관련 인식·지각·인지(concerned awareness)를 뜻한다. 상인의식을 연구하는 본 연구는 의식을 (속성)관련 인식·지각·인지의 뜻으로 사용할 것인데, 이 경우 의식은 대상의 속성에 대한 관념·생각(idea, thought)과 동의어라고 할 수 있다. 견해(opinion)와 비교해서는 의식이 시간길이(time span)가 더 긴 것이다.[5]

의식은 심리학에서 인식·지각·인지된 총체적(totality)이라는 Webster사전의 정의에서 보듯이, 다음의 심리적 요소들과 관련성을 갖고 있다. 첫째, 태도(attitude). 의식과 행동 간에는 간격이 존재하는데, 행동과의 간격이 가장 적은 개념으로 제시된 것이 태도이다. 태도는 특정 대상에 대해 갖는 선유성향 또는 잠재성향으로 정의되는 태도는 인지적 측면, 호의적 측면 및 행동적 측면을 갖고 있다고 제시되고 있는데, 태도가 호의적 측면과 행동적 측면을 강조하는 개념이나 의식은 인지적 측면을 강조하는 개념이라고 대비할 수 있다. 둘째, 신념(belief). 신념 특히 비합리적 신념은 조직몰입에 영향을 미친다(Shamami and Hayat, 2018). 셋째, 이데올로기(ideology). 이데올로기는 태도, 신념 및 가치의

---

4) 철학자들은 '의식'이라는 용어를 의도성, 일반 지식, 자아성찰(그리고 그것이 구체적으로 생성하는 지식) 및 현상적 경험이라는 4가지 주제에 대해 사용해 왔다고 Routledge철학사전은 제시하고 있다.

5) '의식'조사로 표현된 연구들은 의식이라기보다는 인식에 해당하는 내용을 많이 포함하고 있으며, 문항들도 조사 당시의 관련 사건을 중심으로 내용을 구성하여 조사의식의 내용적 타당성이 낮고 매우 가변적인 의식실태를 조사하였다는 문제점이 있다(이택면, 2003).

결합체(connected set)라고 정의될 수 있다(Geare, Edgar and McAndrew, 2009). 넷째, 가치. 의식이 가치의 필수조건임은 철학과 심리학 모두에서의 오랜 전통이었다. 가치가 조직몰입에, 적기는 하지만[6], 영향을 미친다는 것은 많은 선행연구에서 제시되었다(Cohen and Shamai, 2010; Ekşi, Dilmaç, Yaman and Hamarta, 2015; Kumar, 2012).

의식은 역사와 사회 속에서 형성되는 것이다. 형성에 관한 연구가 별로 없는 상인의식은 특히 상업과 상인의 역사 그리고 산업 관련 사회라는 맥락 속에서 형성된 것으로 추정된다. 구체적인 상인의식 형성요인에 관해서는 연구가 많이 이루어진 노동자의 의식 형성요인들(Goldberg, 1981; Kelly, 1998)을 참조할 수 있다. 노동자의 의식 형성요인들을 참조해 추정할 수 있는 상인의식의 형성요인을 구체적으로 보면, 상인의 의식은 자생적으로는 경제적 상태뿐만 아니라 총체적인 사회적 관계 속에서 느끼는 모든 이성적·감성적 요소들과 사회적 관계, 교육, 성장배경 등의 요소들에 의해 형성된다. 외생적으로는 지배 이데올로기(이진수, 2004), 공동체적 하위문화(송호근·유형근, 2010) 그리고 상업 과정과 관계자간 상호작용과정, 단체 활동과정 특히 집단적 저항 행동과정에서 겪는 직접적 경험으로 형성된다. 경험은 한편에서는 일련의 직접적 요구들과 이러한 요구들을 달성하기 위하여 마련된 제도 및 행동 양식 등과 관련된 것이고 다른 한편으로 기존체제에 대하여 갖는 일반적인 불만, 좀 더 만족스러운 체제를 추구하는 일반적 열망 그리고 이후의 사회제도에 대한 대강의 윤곽과 관련된 것이다. 결국, 상인의식은 외부로부터 일반화된 자본주의의 이데올로기와 자신의 상업과 관련한 경험으로부터 일반화된 의식 사이에 놓여 있다고 할 수 있다.

제2절 상인의식

6) 조직몰입은 조직정의, 리더십, 교환의 효과를 반영하는 기타 결정요인과 같은 상황적 변수로 가장 잘 설명되며(Cohen, 2003; Meyer et al., 2002) 가치에 의한 설명력이 11%로 높지 않았다는 점(Cohen and Shamai, 2010)에서 의식에 의한 설명력도 높지 않을 것이다.

상인의식에 관한 선행연구는 거의 이루어지지 않았다고 할 수 있다. 상인의 의식에 대한 조사나 연구는 국민의식[7] 등에 비해 빈약하여 실제로 연구에 활용할 수 있는 통계나 자료가 부족하다. 이는 상인의식에 대한 사회적 관심이 그간 부족했다는 이유도 있으며, 상인을 바라보는 관점이 사업체라는 측면을 강조하는 방향으로 진행된 경우(이갑수 외, 2013)가 많았기 때문으로 보인다. 상업은 개인과 사업체가 융합된 특수한 경제단위로서 개인이 곧 사업체이고, 고용주이자 곧 노동자인 것이 현실이다. 따라서 상인의식을 기업형태의 기업가나 노동자의 틀로만 바라보아서도 안 되는 것이다. 소규모 사업체를 운영하는 사업가로의 삶과 그 안에서 스스로 근로하는 종사자로의 삶을 분리하여 분석한다면 해석에 오류가 생길 수밖에 없다(황영순 외, 2020a). 이러한 사업가와 종사자의 두 특성을 모두 종합적인 관점으로 살펴보아야 한다.[8]

그나마 이루어진 대부분의 상인 관련 연구는 전통시장 지원과 활성화 등과 관련한 내용이다. 전통시장의 활성화에 가장 중요하면서 기초적인 건 상인들의 의식변화이다(이장희·이상철, 2001). 이러한 연구에서 보듯이 상인의식을 중요하게 보았지만, 전통시장 활성화 관련 마켓팅 교육과 관련된 의식내용이 주된 것이다. 대표적으로 상인의식은 재래시장의 경우 서비스 가치와 고객 만족에 영향을 미치므로 상인의식이 전통시장 마켓팅 및 활성화를 위한 매우 중요한 부분으로 제시되어왔다. 그러나 상인들의 의식은 빠른 환경변화(김영준, 2017)에 따른 대응능력이 부족하고, 시장 활성화를 위한 대책 방안을 마련함에 큰 걸림돌이 되고 있다. 따라서 상인들이 가지고 있는 기존의 상인의식이 변화해야 하는데, 자발적인 혁신을 꾀하는 진취성, 자구 정신의 강화와 같은 상인의식이 향상되어야

7) 일반 국민의 의식에 대한 조사내용으로서 대표적인 것이 성균관대 서베이리서치센터가 주관하여서 작업하고 있는 <한국종합사회조사>의 설문 내용들(기본적으로 국제적으로 명망 있는 GSS의 조사 설문들을 중심으로 하고 있음)과 서울대 사회과학연구소의 <사회조사 10년: 1976-1985>에 나와 있는 여러 조사에서 찾을 수 있는 설문 내용이다.

8) 문재인 정부의 자영업 정책이 과거와 다른 점은, 2018년 「자영업 성장 · 혁신 종합대책」에서 제시되었듯이, 자영업을 기업과 노동 사이에 두고 독자적인 경제주체로 인정해 산업정책의 한 분야로 인정했다는 점이다. 그동안 자영업자는 노동자가 아닌 고용주라고 간주하여 노동자의 각종 정책대상에서 제외되어 왔다. 그러나 자영업자의 삶은 노동자에 가까웠는데, 자영업자에게 자기고용노동자라는 개념이 생긴 것이다(이종현, 2021).

할 것이다(김민수·전진호·임진, 2014).

본 연구는 상인단체와 관련된 의식을 연구하므로 상인의식의 내용을 확대하여 광의의 의식을 연구하고자 한다.

상인에 대한 광의의 의식을 보면 생활이 불규칙하고 낮은 매출액 등으로 생활이 위축되고, 무기력하고 우울(윤영삼·이정식·WeiWei Khine, 2021)한 상태에 있으며(임진섭 외, 2008), 부정적인 사고의 경향이 있다. 전형적인 상인들의 의식 속에는 생계수단으로써 소상업을 직업으로 선택했거나 자신의 직업에 대한 보람과 긍지 부족의 낮은 만족감으로 인해 자식 세대에 물려주지 않겠다는 생각이 강하다. 코로나19 이후로는 상인들이 경제적인 안정성과 상업 종사자로의 전문적인 소양 및 직업의식을 가지도록 할 전반적인 사회 인식을 재고할 정책이 필요한 시점이다.

많은 소상인이 자긍심을 갖지 못하고 자기 기업에 대하여 경영의식이 낮은데(대한상공회의소, 1984; 1998) 그 이유는 동서양을 막론하고 종래 상업에 대한 사회적 평가의 바탕이 되어 왔던 상업관점으로 상인경시 사상에 젖어 있었기 때문이다(정광원 1996). 고려·조선시대의 직업에 따른 사회계층인 사농공상(士農工商)이라는 인식이 표현되곤 하는 것을 보면 상업은 사회적, 서열상 최하위 직업으로 평가되었고(최태룡, 2002) 이런 사상이 상인들에게 잔존한 것으로 보인다.

일반적으로 상인들의 정치의식은 보수적일 것이라는 시각이 우세하다(최영준, 2017). 이에 대해 상인들이 보수적이라기보다는 정치 의식화할 기회 자체를 원천적으로 박탈당해 왔기 때문이라는 해석(박노자, 2008)이 있다. 상인들은 약육강식의 생존 현실 속에서 강도 높게 노동하며 장사 터전을 지키느라 시장 영역에서 정치 영역으로 관심을 돌릴 만한 최소한의 여유도 갖지 못한다는 것이다. 특히 하위 소득계층에 처한 상인들의 현실은 사회적·정치적 인간으로의 존재할 여건이 마련돼 있지 않다. 하루살이 일상 속에서 기존의 제도와 생활양식을 따라가는 것조차 버거웠다. 오히려 상위 계층보다 기존 제도와 생활양식에 더욱 충실해야만 기본적인 생존이라도 가능하다. 이러한 상황은 하위 소득계층을 기존 제도와 생활양식에 더욱 순종적으로 변화되어 결국 보수적으로 되는 것이다.

상인들은 노동단체들의 집단행동을 부정적으로 바라보던 인식이 강했던 탓에 중소상인단체 대부분은 주로 친목 단체 성격을 띠며 보수적이고 정체된 채 이해

관계를 집단적인 행동으로 표출하는 일을 지극히 자제했다. 그러나 대형유통자본의 시장 진출이 활발해지자 소수의 개별적 대응으로 해결할 수 없으니 상인단체 차원의 대응이 필요하다는 인식으로 점차 바뀌기 시작했다.

상인단체 관련 의식에 관한 연구와 상인단체와 관련하여 어떤 의식이 중요한 의식인가에 관해서는 연구가 이루어지지 않았다. 이와 관련하여 본 연구는 상인 관련 의식의 중요성에 대한 판별기준을 단체몰입에 대한 영향에 두고자 한다.[9)]

상인의 의식에 관해 구체적인 연구를 위해서는, 의식의 대상이 여러 가지라는 점에서 다차원적이라는 점에서, 더욱 구체적인 의식을 정리해야 할 것이다.

한국 사회가 문화변동과정에 있는 가운데 집단주의와 권위주의(적 문화)가 약화추세이지만 잔존하여 민주주의가 확대된 것은 오래되었다는 점, 정부가 관리하는 관변단체체제(김준기, 2003; 류명석, 1996; Papaioannou et al., 2016)에서 상인을 실질적으로 대변하고자 하는 상인단체가 결성되기 시작했다는 점, 이데올로기로서 성장주의가 확산되고 있다는 점 등을 고려할 때, 상인의 의식실태를 조사할 필요가 높은 의식을 아래와 같이 설정할 수 있다.

미시수준의 의식으로 본 상인단체에 관한 의식으로는 구체적으로, 집단적 권리성격을 고려할 때, 상인단체(결성)의 필요의식, '강한 상인단체'의 필요의식, 투쟁주의, 민주주의 및 대정부협력주의를 들 수 있다. 상인단체(결성)의 필요의식은 상인단체가 사회적으로 인정된 선진국에서는 별로 연구되고 있지 않지만, 한국에서는 정부가 관리하는 관변단체체제에서 상인의 권익을 실질적으로 추구하는 상인단체의 필요성이 중요한 관심 사항이다. 상인의 영업조건 나아가 생활조건 및 제도개선에 주요한 영향을 미치는 요소가 '상인단체의 강함'이다. 투쟁주의는 협조주의와 대비되고 전투주의라고도 지칭되는 것으로 상인들의 전반적인 생활조건 및 제도의 개선이라는 목적으로 정부에 대한 투쟁이 필요하다는 이념 또는 의식이다. 민주주의는 사회에서 정치적 민주주의의 확대와 연동하여 기업을 비롯한 여러 조직에서 민주적 제도가 확산됨에 따라 제도상의 민주화, 상대적으로 느리게 변화하는 개인의 관념상 민주화가 적합 관계의 필요성이 높다

9) 상인의식이 영향을 미치는 단체의 결과변수로서 직접적인 것으로는 영업환경을, 간접적인 것은 재무적 성과(수익율, 매출액, 임대료 등), 비재무적 성과(행동의 선행변수인 태도인 조직몰입)를 들 수 있다.

는 점에서 중요시되는 의식이다. 일반 국민의 생활 수준에서 민주주의가 확대된 것은 오래되었으나 상인단체에서의 민주주의에 관한 관념이 단체활동에 주요한 영향을 미칠 것이므로 이의 실태를 살펴볼 필요가 있다.

사회수준의 상업의식으로서 성장주의, 경쟁주의, 계급의식, 집단주의 및 권위주의를 들 수 있다. 성장주의 특히 국가의 성장을 위해 국민협력이 필수적이라는 관념이지만, 성장결과에 따른 혜택이 상인에게 주어지지 않은 경험(에 관한 정보)으로 인해 반대가 있을 수 있는 등 논란의 여지가 있다. 상업조건 나아가 삶과 관련하여 중요한 요소가 공정성이므로 이에 대한 의식을 살펴볼 필요가 있다. 대정부협력주의는 잘 알려졌지만, 찬반논란이 제기되기도 하는 이념으로 상인단체가 대정부협력주의를 전략으로 채택하는 것에 관해 논란이 있을 수 있으므로 살펴볼 필요가 있다. 경쟁주의는 자본주의의 기본원리인 경쟁(Callinicos, 2003)이 사회 전 분야 특히 상업 분야에도 적용되어야 한다는 관념인데 논란의 대상이 될 수 있다. 계급의식은 상인이 계급이라는 의미(조돈문, 2006; Mann, 1973)의 관념인데, 상인단체는 상인계급의 기초조직이라는 점에서 상인의 계급의식이 상인단체 활동에 영향을 미치는 요소일 수 있으므로 살펴볼 필요가 있다. 단체에 대한 태도와 상관관계를 갖는 문화 또는 가치관으로 개인주의-집단주의를 들 수 있는데, 집단주의가 높을수록 단체행동의 중요성에 더 동의하고 직접 참여할 가능성이 높다는 점에서 집단주의가 쇠퇴하고 개인주의가 확산하는 상황에서 살펴볼 필요가 있다. 권위주의(Authoritarianism)는 단체에서 리더의 권위에 대한 인정과 관련되므로 중요하고 권위(를 갖는 상위자 등)에 절대복종하거나 의지하여 해결하려고 하는 의식에 한정되기도 하나 성격이나 태도에 관한 논의에서 복종성, 권력지향성, 공격성, 냉소성, 전통주의, 미신성을 포함하는 것이라는 확대된 내용을 갖고 있다(윤영삼, 2013). 직업연구에서 기본적인 의식으로 제시되어온 직업의식(최태룡, 1989; 정순희, 2015)도 살펴볼 필요가 있다.

단체활동에 대한 의식이 미치는 영향에 관해서는 역사적 연구 등 문헌연구는 좀 있는 편이나 실증연구는 없다고 할 수 있다. 의식이 영향에 미치는 단체활동 결과변수로서 직접적인 것으로는 생활조건을 그리고 간접적인 것으로는 재무적 성과(이윤율, 생산성), 비재무적 성과(단체행동, 행동의 선행변수인 태도로서 단체몰입)를 들 수 있다.

이상의 점들을 고려하여 본 연구의 ‘제4장 소상인의 의식실태’와 ‘제5장 단체 몰입에 영향을 미치는 상인의식’에서 보다 자세히 살펴볼 상인의식들을, 상인의 실태를 고려해서, 다음의 의식들로 정리하고자 한다.

1. 단체필요의식

소상인의 결속력을 강화하여 소상인 주도의 활성화 방안을 모색하고 지속 가능한 사업을 추진하기 위해 단체의 필요성을 느끼며 개인 차원의 소득수준 및 상인단체의 일부 부실 운영 등에 상관없이 상인의 권익을 실질적으로 추구하는 단체에 가입할 의향에 대한 의식의 정도로 제시할 수 있다.

2. 단체대외의식

영업조건을 개선하기 위한 대외행동으로서의 외부적인 단체행동 필요성 정도, 강한 단체의 필요성 정도, 정부에 대한 투쟁 필요성 정도, 정부 정책의 협력 부정성 정도 등의 4가지에 대한 의식의 정도로 구성됨을 제시할 수 있다.

3. 단체대내의식

소상인이 단체의 민주주의 가치를 중요하게 생각한다는 것은 민주적인 절차에 의해 소통과 협력을 중시한다는 것임으로 단체를 이끄는 리더의 강력한 통솔력과는 상반되는 논리일 수 있으나 회장에 의존하지 않고 집단지성에 의한 단체의 민주적인 운영 여부에 대한 의식의 정도로 제시할 수 있다.

4. 정부편향의식

소상인이 대형마트 자본 및 도매유통기업과의 상반된 상황에 놓인 경우, 정부가 소상인의 상황과 처지를 고려해 정책을 수립하고 있는지에 대한 의식의 정도와 소상인에 대한 정부 정책의 의식의 정도로 제시할 수 있다.

5. 정치필요의식

소상인의 정치적인 관점을 이해하기 위해서 주요 정당의 소상인 정책에 대한 반응을 살펴볼 필요가 있다. 소상인 정책 수립에 영향을 미칠 수 있을 정도로 정치적인 세력화의 필요성 등 소상인의 정치적인 역할을 어떻게 바라보는지에 대한 의식의 정도로 제시할 수 있다.

6. 정의공정의식

현재의 소비지출수준 등을 고려하여 소득 적정성에 대한 인식을 파악하여 현재의 소득수준을 중소기업 노동자의 임금과 비교해 소상인이 느끼는 공정성에 대한 의식의 정도로 제시할 수 있다.

7. 성장불호의식

논란이 있지만, 경제가 성장하면 좋아진다는 것이 일반적인 의식이다. 그러나 현실적으로 성장하려면 다양한 주체들의 협력이 필요하나 성장을 지속하기는 어렵다. 대기업 낙수효과의 논쟁이 분분하면서 성장과 분배의 선순환구조를 확인하고 분배구조를 개선할 수 있는 새로운 사회정책의 틀이 요구되고 있다.[10] 이러한 상황에서 경제가 성장한다고 해도 소상인에게 도움이 되지 않는다는 인식에 대한 의식의 정도로 제시할 수 있다.

8. 계급정체의식

계급정체와 관련해 계급 정체성 형성 작업을 떠올릴 수 있는데 이는 개인이

10) '성장과 비교해 (소득)분배를 중시하는 여부'는 보수집단과 진보집단이 뚜렷이 구분되는 쟁점이다(최태룡, 2018). 박보경(2010)을 참조하면 자영업자의 정치성향에 관해 이해할 수 있다.

다른 계급의 구성원과 자신을 비교하면서 계급서열 내에서 자신의 위치를 규정하는 것을 말한다(양경욱, 2020). 상인의 종류가 다양한 가운데(권재열, 1999) 자신이 처한 상황과 무관하게 사회적으로 비슷한 위치에 놓인 종사자와의 협력을 통해 공동의 권익을 도모할 수 있는지 등 소상인이 의식하는 사회적 계급에 대한 의식의 정도로 제시할 수 있다.

9. 계급대립의식

거대자본과 조직을 가진 대형유통자본 등이 골목상권에 출점하면서 이들로 인해 소상인들의 시장 파이는 줄어들 수밖에 없는 상황이다. 이러한 대형유통자본 등을 바라보는 소상인의 관점 및 이들과의 갈등으로 빚어지는 대립적인 관계에 대한 의식의 정도로 제시할 수 있다.

10. 경쟁불호의식

자본가가 생산 활동을 통해 이윤을 창출할 수 있도록 보장하는 경제 체제인 자본주의의 작동원리 속에서 기회가 평등하고 경쟁하는 과정이 공정할 것이라는 인식 아래 상업을 지속하는 소상인의 경쟁회피에 대한 의식의 정도로 제시할 수 있다.

11. 집단주의의식

단체에 대한 태도와 상관관계에 있는 문화 또는 가치관으로 집단주의가 높을수록 단체행동 중요성에 동의하여 참여할 가능성이 높다. 집단주의의식의 쇠퇴로 인한 개인주의의식의 확산은 조직률 하락의 가장 핵심적 요인으로 제시되고 있다. 개인보다 집단을 우선하는 정도에 대한 의식의 정도로 제시할 수 있다.

12. 권위주의의식

권위주의는 권위를 갖는 위치에 있는 자에게 절대복종하거나 의지하여 해결하려고 하는 의식에 한정되기도 하지만, 성격이나 태도에 관한 내용에는 복종성, 권력지향성, 공격성, 냉소성, 전통주의, 미신성 등을 포함하는 확대된 의미이다(윤영삼, 2013). 특히, 소상인이 경제활동이나 일상적인 삶 속에서 느끼는 다양한 가치관 등으로 인해 기존의 제도에 얼마나 순응하는지에 대한 의식의 정도로 제시할 수 있다.

13. 내부귀인의식

내부귀인은 사건이 발생한 원인을 자신의 성격이나 태도, 능력 등의 자신의 요인으로 돌리는 것이다. 내부귀인은 개인의 특성이라는 점에서 소상인들이 노력 여하에 따른 성공 여부와 결과를 개인의 내적 요인으로 귀결하는 정도다. 반대로 외부귀인은 어떤 사건이 생겼을 때의 원인을 외부 환경에 있다고 간주하고, 이때 외부 환경이 미치는 힘으로 인과적인 영향이 생길 수 있다. 소상인의 노력과 무관하게 발생한 결과를 자신의 탓으로 여기는지에 대한 의식의 정도로 제시할 수 있다.

14. 장기지향의식

장기지향성은 기업이 추구하는 속성이지만 정보 비대칭의 위험성이 존재하기 때문에 시장에서 장기지향성에 대하여 즉각적으로 반응함과 동시에 시차를 두고 추가로 기업가치에 반영한다고 판단된다(김경태·노희천 2019). 장기지향은 지속가능성 측면에서 전략의 효과성에 초점을 두는데 상업 중 겪는 다양한 내적·외적 요인을 고려하고 구조적 효과를 살펴 장기적인 관점으로 준비하는 의식의 정도로 제시할 수 있다.

15. 정보필요의식

정보화시대에는 정보 획득의 수단으로 사회연결망이나 협회 등을 구축하여 이

를 활용할 수 있다(김정유, 2011). 단체 결성으로 인한 구성원 간의 정보 공유가 가능하다. 소상인이 상업을 유지하기 위한 정부의 지원, 세무, 금융, 상권분석 등의 정보의 필요성에 대한 의식의 정도로 제시할 수 있다.

16. 직업저평가의식

환경의 변화는 가치관의 변화로 수반된다. 소상인이 처한 사회·경제적 환경과 직업을 통한 가치관이 직업의식에 상당한 영향을 미친다. 극심한 상업의 환경에 놓여 있는 소상인이 현재 직업을 통한 소득, 노동자와의 비교, 사회적인 대우 등 다양한 요인을 통해 직업에 대해 느끼는 정도에 대한 의식의 정도로 제시할 수 있다.

제3절 단체몰입

단체몰입은 조직론에서 조직몰입(organizational commitment)이라는 용어로 연구가 많이 이루어졌다. 조직몰입은 노동자들의 조직에 대해 갖는 태도로서 가장 많이 연구되었고 긍정적 행동에 유의적인 영향을 미친다는 게 거의 일관되게 정립되어 대표적인 심리적 성과변수로 사용되고 있다. 조직몰입의 정의와 관련하여 개념적 내용에 관해서는 일부 이견이 존재하나 다차원적 개념이라는 점이 일반적이며 조직이론에서 주요 조직성과변수로 고려되는 것이 조직몰입이다.

조직몰입이란 조직의 구성원들이 소속조직과 자신을 동일시하는 정도(Porter et al., 1974)로 정의되나 Meyer and Allen(1991)은 조직몰입의 차원을 정서적 몰입, 유지적 몰입, 규범적 몰입으로 구분하기도 하였으나 보다 구체적인 차원들로는 Mowday(1998)의 '조직의 목표와 가치에 대한 강한 애착, 조직을 위해 열심히 노력하고자 하는 의사 및 조직에 남아 있으려는 욕구' 등이 제시되었으며 이후 연구에서도 이러한 표현이 많이 사용되었다.[11] 이러한 점을 토대로 조

11) Gordon 외(1980)은 조직몰입에 원용하여 노조몰입을 개념화했는데, 노조몰입의 구성요소로 노동조합에 대한 충성심, 노동조합에 대한 책임감, 노동조합을 위해 노력할

직몰입의 정의에는 ‘조직에 대한 순응’, ‘조직의 목표나 가치에 대한 수용’, ‘조직에 대한 책임감’, ‘조직을 위해 애쓰려는 의사’, ‘조직에 잔류하려는 의지’가 포함되어야 한다(손헌일·윤영삼, 2011).

의사, 그리고 노동조합의 목표와 이념에 대한 동의를 제시하였다.

제3장 상인의 실태와 동향: 현장적 배경

상인은 직업용어로서 사전적 뜻은 '이익을 얻기 위하여 물건을 사고파는 일인 장사를 하는 사람'이다. 상인직업은 한국표준직업분류에서 <표 3-1>에 해당하는 직업으로 나뉘어진다.

<표 3-1> 한국표준직업분류의 상인직업과 한국표준산업분류에 따른 상업의 구성

한국표준직업분류의 상인직업				한국표준산업분류에 따른 상업의 구성		
4 서비스종사자	42. 돌봄·보건/개인생활서비스직	422. 미용관련 서비스종사자	4221. 이용사	도매 및 소매업	46. 도매 및 상품중개업	도매업 상품 중개업
			4222. 미용사		47. 소매업(자동차 제외)	471. 종합
			4223. 피부/체형 관리사			472. 음·식료품 및 담배
			4224. 메이크업아티스트/분장사			473. 가전제품및정보통신장비
			4229. 기타미용관련 서비스종사원			474. 섬유/의복/신발/가죽제품
		429. 기타돌봄·보건/개인생활 서비스종사자	4291 반려동물 미용/관리 종사원			475. 기타 생활용품
			4293 개인 생활 서비스종사원			476. 문화/오락/여가용품
	43. 운송/여가 서비스직	432. 여가 서비스종사자	4321 여가/관광 서비스종사원			477. 연료
			4322 숙박시설 서비스 종사원			478. 기타
			4323 오락시설 서비스 종사원			479. 무점포
			4329 기타 여가 서비스 종사원	숙박	55. 숙박업	551. 숙박시설운영업
	44. 조리음식서비스직	441. 조리사				559. 기타 숙박업
		44. 조리/음식서비스직		음식점업	56. 음식점 및 주점업	561. 음식점업
5 판매종사자	51. 영업직					562. 주점/비알코올 음료점업
	52. 매장판매/상품대여직	521. 매장판매종사자	5211. 소규모상점 경영/일선관리 종사원	개인서비스업	95. 개인 및 소비용품 수리업	951. 컴퓨터/통신장비 수리업
			5212. 상점 판매원			952. 자동차 수리업
			5213. 매표원 및 복권판매원			953. 개인 및 가정용품 수리업
			5214. 매장계산원		96. 기타 개인 서비스업	961. 미용/목욕/유사서비스업
		522. 상품대여종사자				969. 그 외 기타 개인서비스업

주: 개인서비스업은 '협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업'의 축약어임.

출처: 통계청

소상인은 상인 중 법적으로 상시근로자 수가 5인 미만인 사업체를 운영하는 상인을 말한다. 소상공인은 법정 용어로 제조업을 영위하는 소공인을 포함한 용어인데, 제조업을 영위하는 소공인을 포함하여 매출액 규모가 일정 기준 이하의 작은 기업체를 말하며 법인 소상공인도 여기에 속한다. 통상적으로 정책대상으로는 소상공인과 자영업자를 동일시하나, 자영업자는 법인을 제외한 개인사업자 전체로써 소득 방식의 자기 사업을 하는 사람으로 소기업 중 상시근로자 수가 5인 미만(제조, 광업, 건설, 운송업은 10인 미만)인 기업자를 의미한다.

상업은 산업/업종용어로서 사전적 뜻은 '상품을 사고파는 일로 이익을 취하는 경제활동'이다. 상업은 한국표준산업분류에서 <표 3-1>에 해당하는 업종으로 나뉜다.

제1절 전국 상인의 실태와 동향

상인 전체(소상인과 대상인을 포함)의 장기간(2006~2019년) 추이는 다음과 같다.

<표 3-2> 전국의 전통시장·상점가 상인 및 상인조직의 추이 (단위: 명)

구분	2006	2008	2010	2012	2014	2015	2016	2017	2018	2019
총 시장상인	352,646	362,960	359,375	354,146	367,692	356,176	368,930	363,660	359,049	342,031
노점상인	51,065	66,955	61,566	56,006	48,056	39,620	40,621	40,225	43,972	34,085
종사자	301,581	296,005	297,809	298,140	319,636	316,556	328,309	323,435	315,077	307,946
점포상인	-	-	-	-	-	186,620	188,774	190,286	184,412	182,617
점포소유상인	64,942	43,428	44,801	47,978	54,391	-	-	54,026	54,013	48,268
점포임차상인	131,021	134,213	128,637	131,758	133,969	-	-	136,260	130,399	134,349
종업원	105,618	118,364	124,371	118,404	131,276	129,936	139,535	133,149	130,665	125,329

주: 1. '06~'12년은 등록, 인정, 무등록시장 포함, '15년 이후는 등록, 인정시장 포함.

2. 종업원은 무급가족종사자, 상용종사자, 임시 및 일일 종사자, 무급종사자를 모두 포함

출처: 소상공인시장진흥공단(2020), 「전통시장·상점가 및 점포경영실태조사」

<표 3-2>에서 보듯이, 총시장상인(종사자+노점상인)의 수는 연평균 0.26%로 감소했지만 노점상인(연평균 2.0% 감소)을 제외한 (상인)종사자(점포소유상인+점포임차상인+종업원)는 연평균 0.1%로 감소했다. 점포상인은 연평균 0.4% 감소한 가운데 점포소유상인의 비중이 33.1%에서 26.4%로 감소했다.

상인 전체(소상인과 대상인을 포함)의 장기간(2015~2019년)(무등록시장 제외)의 추이를 다음으로 살펴보면, <표 3-2>에서 보듯이, 총시장상인(종사자+노점상인)의 수는 연평균 1.0% 감소했지만, 노점상인 (연평균 3.0% 감소)을 제외한 (상인) 종사자(점포소유상인+점포임차상인+종업원)는 연평균 0.6% 감소했다. 점포상인은 연평균 0.5% 감소한 가운데 점포소유상인의 비중이 2019년 26.4%이었다.

1. 전국 소상인의 실태

전국 소상인의 실태에 대해서는 중기부와 통계청의 부처협업으로 수행한 「2019년 소상공인[12] 실태조사」를 기본으로 활용하면서 보충하는 방식으로 도·소매업과 숙박·음식업을 중심으로 살펴보고자 한다.

소상인의 2019년 사업체 수는 도·소매업이 89.1만여개(전업종의 32.2%)이고 숙박·음식점업이 66.0만여개(전업종의 23.8%)이다. 종사자 수는 도·소매업이 186.9만여명(전업종의 29.0%)이고 숙박·음식점업이 155.3만여명(전업종의 24.1%)이다. 소상인의 사업체당 창업비용은 도·소매업이 0.94억여원이고 숙박·음식점업이 1.05억여원이다. 본인부담금은 도·소매업이 0.70억여원이고 숙박·음식점업이 0.81억여원이다. 소상인의 사업체당 매출액은 도·소매업이 3.4억여원이고 숙박·음식점업이 1.2억여원이다. 사업체당 영업이익은 도·소매업이 0.4억여원이고 숙박·음식점업이 0.7억여원이다. 소상인의 사업체 부채보유비율은 도·소매업이 51.6%이고 숙박·음식점업이 48.8%인데, 사업체당 부채금액은 도·소매업이 1.7

12) 조사대상은 도·소매업, 서비스업을 영위하면서 소상공인에 해당하는 단독사업체이며, 조사규모는 ① 제조업 ② 건설업 ③ 도·소매업 ④ 숙박·음식점업 ⑤ 정보·통신업 ⑥ 부동산업, ⑦ 전문·과학·기술업 ⑧ 사업시설관리·사업지원 및 임대업 ⑨ 교육서비스업 ⑩ 예술·스포츠·여가업 ⑪ 수리·기타서비스업의 4만개 사업체이다.

억여원이고 숙박·음식점업이 1.2억여원이다.

통계청의 전국사업체조사에 의하면, 2019년 소상공인 사업체수를 살펴보면 <표 3-3>에서 보듯이 3,286천 개, 종사자수는 6,618천 명으로 전체 사업체의 84.8%, 전체 고용의 36.9%를 차지하고 있다. 2015년 대비 최근 5년간 추이를 보면 소상공인 사업체수는 계속 늘었으나, 전체 사업체수에서 차지하는 소상공인 사업체 비중은 0.8%P 줄었다, 종사자수는 최근 5년간 계속 늘어 종사자 수 비중은 0.7%P 증가하였다.

<표 3-3> 소상공인의 추이 (단위: 개, 명, %)

구분		2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
사업체	전체	3,604,773	3,676,499	373,765	3,813,723	3,874,410
	소상공인	3,084,376	3,137,700	3,188,006	3,236,238	3,285,574
	비중	(85.6)	(85.3)	(85.3)	(84.9)	(84.8)
종사자	전체	16,774,948	17,051,453	17,294,316	17,711,917	17,934,571
	소상공인	6,065,560	6,202,033	6,365,094	6,424,490	6,617,527
	비중	(36.2)	(36.4)	(36.8)	(36.3)	(36.9)

출처: 통계청, 전국사업체조사, 필자 재정리

<표 3-4> 업종별 소상공인 사업체 및 종사자수 현황 (단위: 개, 명, %)

구분	사업체수				종사자수			
	년도	2015년	2017년	2019년	년도	2015년	2017년	2019년
도·소매업	업체수	883,721	884,411	879,108	업체수	1,598,968	1,610,757	1,616,919
	비중	28.7	27.7	26.8	비중	26.4	25.3	24.4
숙박·음식업	업체수	615,430	646,820	665,785	업체수	1,258,359	1,359,481	1,407,896
	비중	20.0	20.3	20.3	비중	20.7	21.4	21.3

출처: 통계청, 전국사업체조사, 필자 재정리

사업체 기준으로 업종별 비중을 살펴보면 <표 3-4>에서 보듯이 2015년 대비 최근 5년간 추이를 보면 도매 및 소매업체수는 4.6천개 줄어 비중은 1.9%P 감소하였고, 종사자수는 계속 늘어나며 18천명이었으나 비중은 2%P 줄었다. 숙박 및 음식점 업체수는 50천개로 점차 늘어나며 0.3%P 소폭 상승하였고 또한, 종사자수도 150천명 늘어 0.6%P 소폭 상승했다. 2019년 업종별 사업체수 기준으로

보면 도·소매업(26.8%)과 숙박 및 음식점업(20.3%)에서 전체의 47.1%를 차지하고 종사자수 기준으로 보면 도·소매업(24.4%)과 숙박 및 음식점업(21.3%)으로 전체의 45.7%로 생활형 업종이 높은 비중을 차지하고 있다.

<표 3-5> 주요국 소상공인 현황 (단위: 만개, 만명, %)

구분	사업체수			종사자수	
	년도	소상공인	비중	소상공인	비중
한국	2015년	308	85.6	607	36.2
	2017년	319	85.3	637	36.8
	2019년	329	84.8	662	36.9
미국	2012년	355	47.8	591	5.1
	2015년	467	60.9	1249	10.1
	2017년	388	64.7	715	5.6
영국	2015년	515	95.5	846	32.7
	2017년	545	95.6	855	14.9
	2020년	552	92.3	778	28.0
일본	2012년	400	73.7	1338	24.1
	2014년	348	62.7	855	14.9
독일	2016년	198	80.4	542	18.6
	2018년	213	81.8	572	18.4

출처: 통계청, 전국사업체조사 및 중소기업중앙회, 해외중소기업통계 필자 재정리

미국, 영국, 독일 등 주요 국가의 소상공인[13] 현황을 살펴보면 <표 3-5>에서 보듯이 소상공인 사업체 수의 비중은 영국(92.3%), 한국(84.8%), 독일(81.8%)이 전반적으로 높았으며, 미국과 일본은 비교적 낮게 나타났다. 또한, 종사자수 비중은 한국(36.9%)이 가장 높았고 다음으로는 영국(28%)이었으며 독일과 일본은 10%대였던 반면 미국은 5.6%로 가장 낮았다.

13) 국가별 소상공인의 기준(박제성 외, 2019)
한국: 상시근로자 수 광업·제조업·건설업·운수업의 경우 10명 미만, 그 외는 5명 미만
미국: 고용주 포함 5인 이하 (개인사업체, 파트너십, 법인기업)
영국: 종사자 10명 미만, 또는 매출액 또는 자산규모 200만 유로 이하
일본: 상시 20인 이하 (제조업, 건설, 운수), 상시 5인 이하(도•소매업, 서비스업)
독일: 종사자수 10인 미만 그리고 연간매출액 2백만 유로 미만

2. 전국 소상인의 동향

1) 유통환경

국내 대기업의 대형할인점의 급속한 팽창(서용구·한경동, 2015) 이후 대형유통자본의 기업형 수퍼마켓(Super Super Market: SSM)(안진걸, 2010; 유성재, 2009), 거대 복합쇼핑몰, 제조 대기업의 식자재유통 등 문어발식 사업확장으로 다양한 형태의 출점이 이루어졌다.

오프라인 유통 대기업들이 유통법·상생법으로 인해 성장세가 주춤하며 정체된 사이 온라인시장의 급성장으로 유통업계 판도에 변화가 일기 시작했다. 온라인의 주도적 유형인 오픈마켓과 소셜커머스가 주춤한 사이, 쿠팡, 카카오와 네이버 등 국내 '빅테크' 기업들이 데이터 독점부터 플랫폼을 활용한 문어발식으로 사업영역을 넓혀가고 있다. 아울러 프랜차이즈 편의점을 중심으로 표준화에 근거한 사업모델로 소상인을 자본-노동관계로 포섭해 가고 있다(김철식, 2015).

2) 최저임금과 소득주도성장

2017년 19대 대통령 선거 때 모든 대선 후보는 최저임금 '1만원 공약'을 내걸었다. 이런 사회적 분위기로 소상인·자영업자들은 암울한 미래에 대한 자신의 목소리를 낼 수가 없었다. 초기 경제정책의 핵심이었던 '소득주도성장론'의 기치 아래 2018년(16.4%)과 2019년(10.9%) 27.3%의 급격한 최저임금인상에 인건비 부담을 크게 느낀 중소기업과 자영업자의 위기감이 엄청났으며 저항은 드셌다.

<표 3-6> 연도별 최저임금 (단위: 원, %)

연도	시간급	일급	월급	인상률
		일 8시간 기준	주 40시간, 월 209시간 기준	
2010	4,110	32,880	858,990	2.8
2011	4,320	34,560	902,880	5.1
2012	4,580	36,640	957,220	6.0
2013	4,860	38,880	1,015,740	6.1
2014	5,210	41,680	1,088,890	7.2
2015	5,580	44,640	1,166,220	7.1
2016	6,030	48,240	1,260,270	8.1
2017	6,470	51,760	1,352,230	7.3
2018	7,530	60,240	1,573,770	16.4
2019	8,350	66,800	1,745,150	10.9
2020	8,590	68,720	1,795,310	2.9
2021	8,720	69,760	1,822,480	1.5
2022	9,160	73,820	1,914,440	5.1

출처: 최저임금위원회

3) 코로나19와 재난지원금

최근 소상인의 동향으로 코로나로 인한 손실이 가장 큰 문제로 부각되었다. 2020년 한 해 동안 소상공인·자영업자들의 코로나19로 인한 피해 정도는 10% 정도였다.[14)]

코로나 19가 발병되기 전까지 전통시장이나 골목상권의 상점이나 식당 등에 종사하는 소상공인이나 자영업자의 숨은 사회적 가치가 크게 주목받지 못했다. 코로나 방역 과정에서 시민을 위한 불가피한 희생으로 간주 되었으니 그들의 고통은 당연시되었다. 눈에 보이지 않는 사회적 기여에도 불구하고 그들은 조직적으로 자신들의 생존권을 요구하지 못했다. 사회적 거리 두기 단계 격상으로 인해 본업 자체가 송두리째 내려앉음에도 탈출구를 마련할 창구조차 여의치 않았다. 코로나19로 매출이 곤두박질치는 데다 임대료와 세금, 직원 인건비 등을 내

14) 국회 내 연구모임인 '소상공인정책포럼'이 표본 사업장(187,987개)의 신용카드, 직불카드, 모바일 카드로 결제된 매출로 2019년의 같은 기간과 대비해 분석한 결과인데 서울이 15.5%이었고 부산이 10.9%이었다.

어야 하니 버틸 수가 없으니 비극적인 일이 발생하고 있다.

소상공인·자영업자들의 빚은 눈덩이처럼 불어나고 있다. 한국은행에 자료에 따르면 은행권의 개인사업자(자영업자) 대출 잔액은 409조 7000억 원으로 전년인 2020년 대비 10.8% (40조 원) 증가했다(2021년 7월 말 기준). 코로나19 발병 전인 2년 전과 비교하면 25.2% (82조 5000억 원)이 늘어난 것이다. 개인사업자를 포함한 전체 기업 대출 잔액은 1천 33조 5000억 원으로 지난해보다 8.2% (78조 4000억 원), 2년 전보다 21.1% (180조 2000억 원) 늘어난 것과 비교하면 자영업자 대출 증가 폭은 대폭 늘어난 것으로 나타났다.

소상공인·자영업자들은 근로자의 근무시간 조정 또는 기존 인력 감축 등을 통해 피해를 최소화하고자 노력하고 있다. 코로나19 방역 조치의 사회적 거리두기 단계에서는 대면 구매보다 비대면 구매를 선호하는 산업구조 변화가 영향을 미치면서 도·소매업, 제조업 등을 중심으로 직원을 둔 소상공인·자영업자가 줄었다.

고용원을 둔 자영업자는 127만 4000명으로 코로나19 사태 이전인 2019년 7월 152만 명보다 24만 6000명 감소했다. 고용원 있는 자영업자는 1990년 7월 119만 5000명 이후 31년 만에 가장 적은 수준이다. 전체 취업자 중 차지하는 비중도 4.6%로 역대 최저치다(통계청, 2021년 7월 기준).

연령층별로 보면 고용원이 있는 소상공인·자영업자들 가운데 30대는 3만 2000명, 40대 11만3000명, 50대가 8만 3000명, 60세 이상이 3만4000명 각각 줄었다. 직원을 둔 자영업자가 40~50대에서만 19만 6000명 사라져 가장 큰 폭으로 줄었던 반면에, 20대는 1만5000명 늘어난 것으로 나타났다.

홀로 일하는 1인 소상공인·자영업자는 2019년 7월보다 13만 5000명 증가했다. 다만 40~50대는 고용원 없는 자영업자 중에서도 6만9000명 줄었다. 자녀 양육 및 결혼 등으로 한창 지출이 많은 40·50대 소상공인·자영업자에게 충격이 집중된 것이다.

산업별로 보면 가장 큰 감소 폭을 보인 제조업에서 고용원 있는 소상공인·자영업자가 5만 1000명 감소해 코로나19 사태의 장기화로 폐업하거나 직원을 내보내고 혼자 일하는 경우가 늘어난 결과다. 도·소매업이 4만 7000명 감소했는데, 동네 상권의 슈퍼, 안경원, 의류가게 등의 소매점이 포함된 것이다. 사회적 거리두기 방역 조치로 직격탄을 맞은 숙박·음식점업에서 고용원 있는 자영업자

가 3만 6000명 감소했고, 건설업(-3만2000명), 부동산업(-1만8000명) 등도 감소했다. 2019년 대비하여 직원 둔 자영업자 수가 늘어난 산업은 보건업 및 사회복지 서비스업(7000명)뿐이었다. 특히, 코로나19 사태가 확산한 이후인 2020년 7월과 비교해도 7만1000명 줄었다. 이로써 고용원 있는 소상공인·자영업자는 2018년 12월부터 2021년 7월까지 32개월 연속 전년 동월 대비 감소를 기록했다.

코로나19 사태로 개인의 경제활동과 이동이 위축되면서 경제적 타격을 입은 시민들의 생계와 소득을 보장하자는 취지로 전 국민 대상의 재난기본소득이 지급되었다. 재난지원금이 지급 후 일정 기간 소상공인·자영업자의 매출이 증가한 것으로 파악되어 재난지원금의 소비 진작 효과가 있는 것으로 보인다(김승연, 2020).

4) 소상공인단체의 동향[15)16)]

<표 3-7> 전국의 전통시장·상점가 상인조직의 추이 (단위: 개, 명, %)

구분		2006	2008	2010	2012	2014	2015	2016	2017	2018	2019
총 상인단체		1,610	1,550	1,517	1,511	1,536	1,439	1,441	1,450	1,437	1,413
	법적단체(%)	612 38.0	876 56.5	947 62.4	1,041 68.9	1,083 70.5	1.156 80.3	1.177 81.7	1.193 82.3	1.178 82.0	1,171 82.9
	임의단체(%)	443 27.5	370 23.9	387 25.5	296 19.6	244 15.9	127 8.8	153 10.6	160 11.0	178 12.4	178 12.6
	없음(%)	555 34.6	304 19.7	183 12.1	174 11.5	209 13.6	156 11.0	111 7.6	97 6.8	81 5.6	64 4.5

주: 1. 법적단체: (재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법)등록상인회, (유통산업발전법)상점가진흥조합, (민법) 법인. 2. 임의단체: 친목회, 번영회 등

출처: 소상공인시장진흥공단(2020),「전통시장·상점가 및 점포경영실태조사」

15) 사업자단체가 회원의 이익을 대표하는 고유의 기능으로 회복하는 (이익단체화)현상에 대하여 정부는 전략적으로 대응하기도 한다. 즉, 정부는 새로운 '관변단체'형 사업자단체의 설립을 유도하거나 기존 단체에 정부의 융자 및 지원사업의 사업자 선정권 등의 이권을 부여하는 방식으로 정부의 영향력 회복을 시도하기도 한다(김준기, 2003).

16) 선수협이라는 단체의 활동에 대한 이론적 근거를 맑스주의 노동조합이론을 적용한 연구로는 김지선·이근모(2011)을 참고할 것.

상인 전체(소상인과 대상인을 포함)의 상인단체의 장기간(2006~2019년) 추이를 살펴보면, <표 3-7>에서 보듯이, 임의단체(친목회, 번영회 등)가 대폭 감소했다.

총상인단체는 2006년(1,610개)과 비교하면 2019년(1,413개)은 감소하였지만[17] 법적단체((전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법)등록상인회, (유통산업발전법)상점가진흥조합, (민법)법인)는 2006년(612개)과 대비해 2019년(1,171개)은 증가했다. 2008년 이후 상인조직의 법적 기반이 강화된 것이 이유로 판단된다.

우리나라에는 수많은 소상공인 단체가 설립되었지만, 그중에서 대표적인 소상공인 단체들의 연혁, 현황 및 동향을 살펴보고자 한다.

(1) 소상공인연합회

소상공인연합회는 '소상공인 보호 및 지원에 관한 법률'에 따라 설립된 법정단체로 소상공인의 애로사항을 수집하여 보호, 육성하는 정책 활동을 하며, 소상공인의 권익을 대변함으로써 소상공인의 경제적 지위 향상과 국민경제의 균형발전을 도모를 목적으로 2014년 4월 30일 설립되었다. 조직현황으로 지역조직은 12개 광역지역 지회 및 117개 기초지역 지부에 회원 수는 77개 업종, 직능별 협회나 단체로 구성되어 있다. 지원사업으로는 소상공인을 위한 제도개선 등 권익 보호, 소상공인 애로사항 발굴 및 정책 건의, 소상공인 육성을 위한 조사연구, 소상공인을 위한 세무회계 및 법률 서비스 지원, 소상공인 상호 간의 협력사업 등이다.

2005년 전후로 시행되던 전통시장 위주의 정부 정책과 달리 골목상권은 전체 소상공인 업종을 대표할 법적인 단체가 없는 상황에서 동종업계를 대표하는 직능단체가 대부분이었다. 직능단체로는 지역상권 활성화를 위한 다양한 정책적인 요구를 할 수 있는 환경이 어려울 수밖에 없었다. 이에 맞물려 관리·감독 기관도 또한 제각각이었으니 종합적인 제도 마련이 미흡했다.

이런 상항으로 인해 전체의 소상공인 중에서 조직화 되지 않은 90% 정도의

17) 총상인단체수가 줄어든 이유는 2005년 이후 재래시장(현 전통시장)과 상점가 육성을 위한 특별법 제·개정이 되어 제도적으로 재래시장 활성화 등에 대폭적인 지원이 되면서 임의단체 등이 법적인 등록 요건을 갖추었기 때문이다.

대다수 골목상권의 지원은 거의 이루어지지 않았다. 정부 및 지지체의 전통시장의 예산 편성과 지원은 전통시장 상인과 골목상권 상인 간의 계층화 되었고 이후 전통시장상인회와 골목상권에 종사하는 상인회 간의 갈등으로 이어졌다.

한편, 소상공인 주요업종[18] 중 도·소매업 32.5%, 숙박·음식업이 23.7%다. 기존에 왕성하게 활동하던 대표적인 단체인 전국상인연합회와 외식업중앙회 등이 대거 빠져 법적 단체의 대표성에 완결성이 제기되긴 하지만 향후 이러한 단체와의 협업 및 동반적 관계에 따라 소상공인연합회의 발전과 전체 소상공인의 미래가 달렸다고 할 수 있다.

소상공인연합회가 추진하고자 하는 현안 사업으로는 △ 업종별 규제 현안 해소 △ 회원사 간 협업 및 이종업 간 서비스·상품 판매 접목 △ 소상공인연합회 재정 건전성 확보 △ 소상공인 플랫폼 구축을 통한 빅테크 업체의 상권 영역 침탈 억제 △ 소상공인 플랫폼을 발판으로 금융과 산업을 융합한 핀테크 사업 진행 △ 소상공인기본법에 소상공인의 현실 반영 △ 소상공인의 창업·운영·폐업·재창업 지원 △ 소상공인 사회 안전망 조성을 위한 공제 조합 설립 등이다.

한편, 최승재 초대회장이 국민의힘 정당의 소상공인 비례대표로 2018년 국회에 입성하며 상인단체의 정치세력화가 시작되었다고 할 수 있다.[19]

(2) 전국상인연합회

---

18) 중소벤처기업부와 통계청은 우리나라 소상공인 실태 및 경영환경을 파악하기 위한 「2018년 기준 소상공인실태조사」를 공동으로 작성해 결과를 발표했다.

19) 소상공인연합회는 2020년 '걸그룹 워크숍 사태' 등 각종 논란으로 전임 회장을 탄핵하고 수석부회장 중심으로 권한대행 체제를 구성했으나 법원이 전임 회장 측의 손을 들어주면서 법적공방과 내부 정치 싸움이 1년 가까이 지속되었다. 이러한 문제로 인해 대외적으로 단체의 이미지가 실추되었다. 또한, 일부 지역연합회의 조직 운영에 필요한 재정이 불안정하여 사무실의 임대료나 상근자에 대한 처우에 문제가 불거지는 등 법정 단체의 위상에 따른 자발적인 조직 시스템 체계를 갖추어 회원 간 협력과 연대성을 높여야 한다는 자성의 목소리가 내부로부터 나온다. 특히, 지역의 상권 문제 등을 해결하는 과정에서 지역 회원들의 신뢰와 지지를 받아 선출되지 않고 연합회의 중앙회장이 지역 회장을 선임하는 점은 지역 조직화에 걸림돌로 보인다.

전국상인연합회는 2004년 10월 ‘재래시장 육성을 위한 특별법’ 제정으로 상인연합회 설립의 법적 근거(법 제42조)가 마련되었다. 2006년 3월 13개 시도 238개 시장이 참여하여 전통시장 및 상점가의 경제활동 촉진과 안정적인 경영여건을 조성하여 전국 재래(전통)시장 상인들의 지위 향상과 권익 보호를 도모함으로써 유통산업의 균형 있는 성장과 국가 경제발전에 이바지하는데 그 목적하에 전국시장상인연합회 창립총회를 개최하였다. 5월 ‘재래시장 육성을 위한 특별법’의 제42조에 의한 중소기업청의 법인으로 허가받은 후, 2007년 전국상인연합회로 명칭을 변경한 전국 17개 지회를 두고 있으며 전통시장수(전통시장 및 상점가 포함, 2018년 기준)는 1,437개이고 가입된 상인 수는 359,049명이다.

주요사업내용으로 전통시장 상인 지위 향상과 권익 보호하기 위한 회원 사업, 전통시장 온라인쇼핑몰 통한 온라인 판매능력 제고 및 온라인 판매 증대를 목적의 디지털 상인 육성사업, 상품정보 활성화 사업, 지역 상품 전시회 등이 있다.

<표 3-8> 전국 전통시장 및 상점가 상인현황 (단위: 개, 명)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
시장수	1,398	1,439	1,441	1,450	1,437
상인수	353,070	356,176	368,930	363,660	359,049

출처: 소상공인시장진흥공단

전국상인연합회 본부뿐만 아니라 지역 지회 개별 시장 상인회 조직 및 운영에 있어, 국비 및 지방비 보조금 지원을 받을 수 있는 법적 근거가 마련되어 전통시장 상인회 사무실 운영과 시장 활성화를 위한 창의적인 시장 경영과 연구개발 등에 적극적으로 상인회가 나설 수 있어서 상인조직 활성화에 큰 효과가 있었던 것으로 보인다.

지역조직뿐만 아니라 전국적으로 조직된 전통시장 상인회는 정치권과 제도권에도 상당한 정치력을 가진 상인단체로 시장현대화사업이나 온누리상품권 등 전통시장 활성화를 위한 다양한 정책이나 시책을 요구하거나 마련할 수 있다.

이와는 별도로 대형마트 등 대형유통업체가 출점하려 할 때 해당 지역의 일부 상인회가 그 기업의 입점을 허락하며 상생 협약을 맺는 조건으로 대형유통업체로부터 수수하는 상생발전기금으로 인해 다른 상인단체로부터 비난을 받는 일이

종종 일어난다. 유통 대기업의 입점 시 사업조정 동의를 받는 주체가 해당 지역 내 전통시장으로 한정된 현행 유통산업발전법[20]이 개정될 필요가 있다.

법정 단체인 소상공인연합회의 최승재 전임 회장은 “소수의 동일업종 지역상인 대표자들이 합의만 해주면 대형수퍼마켓을 포함한 대기업 유통망이 쉽게 들어오는 구조를 바꾸기 위해 ‘상생협력법’ 개정이 시급하다”라며 일부 전통시장 상인회의 잘못된 형태를 꼬집어 비난했을 정도다.

(3) 한국외식업중앙회

외식업 종사자의 권익을 보호하고 이해관계를 대변하는 직능단체로 주 회원은 일반음식점 영업자다. 1955년 한국요식업조합연합회로 창립하여 시대의 변천사에 따라 조직명도 음식업에 이어 2011년 현재의 명칭이 확정되었다. 식품업 영업활동을 하려면 위생교육이 필수적이라 식품위생교육 사업을 통해 신규 회원을 확보하여 42만 명 정도의 회원을 관리하고 있다.

주요사업은 식품위생 및 보건향상에 관한 사업, 회원의 권익신장 및 복리증진 사업, 공동구매 사업, 외식가족공제회 운영 등이다. 현장에서는 최저임금인상의 문제, 신분증을 위변조한 청소년의 음주판매 고발, 과도한 배달 앱 및 카드수수료 등 불합리한 제도개선을 요구하고 있다.

식품위생에 대한 교육은 온라인과 오프라인 교육을 자발적으로 선택할 수 있지만, 신규영업자의 집합교육을 한국외식업중앙회 위임받고자 많은 공을 들이고 있다. 외식 대기업과의 상생협력 관계를 지속적으로 강화하여 협력사업을 확대하며 단체의 자생력을 갖기 위한 노력과 공제회의 신용사업과 경제사업을 통한 수익 창출에 힘쓰고 있다.

(4) 한국중소상인자영업자총연합회

대기업의 골목상권 침탈을 막고 중소상인·자영업자 중심의 선순환 경제구조를

20) 유통산업발전법 등에 따르면 지자체장은 전통시장의 경계로부터 반경 1km 이내를 전통상업보존구역으로 지정해 대규모 혹은 준대규모 점포의 출점을 제한할 수 있다.

만들고 대기업과 중소기업 사이의 불공정행위를 근절하여 공정한 경제생태계로 연대와 상생의 정신으로 노동자와 자영업들이 존중받고 공존하는 세상을 만들겠다는 조직의 가치 아래 모인 상인운동단체다.

그동안의 입법 운동은 복합쇼핑몰 출점규제, 가맹사업·대리점 공정화에 관한 법률, 온라인 플랫폼 공정화에 관한 법률, 상가임대차 보호법 등 법 개정 등이다. 이를 통해 경제적 약자들이 소외되지 않는 세상과 경제 민주화를 주도할 수 있는 중소상인·자영업자 단체로서 거듭나고자 한다. 소속 단체로는 (사)전국중소유통상인협회, (사)한국마트협회, (사)중소상공인살리기협회, 전국문구점살리기협회 등 20여 개의 다양한 중소상인단체들로 구성되었다.[21)]

한편, 한국중소상인자영업자총연합회의 인태연 초대회장이 문재인 정부의 청와대 초대 자영업비서관으로 임명되고 이동주 사무총장이 더불어민주당의 소상공인 비례대표로 국회에 2018년 입성하였으니 소상공인연합회 출신의 최승재 전임 회장과 더불어 상인들의 정치세력화가 시작되었다.

(5) 대한미용사회중앙회

1945년 임의단체로 출발하여 1989년 공중위생법에 의거 사단법인 대한미용사회로 전환해 미용계를 대표하는 직능단체다. 회원 수는 74,000여명으로 전국 85개 지회, 182개 지부로 직능단체 중에서 체계적으로 구성된 단체다. 조직을 안정시키고 원활한 세대교체를 위한 중앙회장, 지회장, 지부장 임기는 4년 중임제이며 중앙회 산하에는 고충처리, 미용기술, 홍보 등 9개 위원회가 구성되어 다양한 전문분야에서 회원들의 다양한 활동을 지원하고 있다.

---

21) 한편 자영업·소상공인을 대표하는 법정 단체인 소상공인연합회와는 별개로 2021년 3월 한국중소상인자영업자총연합회, 중소상공인단체중앙회, 한국지역경제살리기중앙회 등 140여 개 소상공인 조직이 모여 독립 단체인 자영업소상공인중앙회라는 비영리법인 허가를 중소벤처기업부로부터 받았다. 한편, 관련 업계에서는 기존의 소상공인연합회에서 파생된 단체가 아닌 새로운 단체로 한국중소상인자영업자총연합회의 외연 확장 차원이라는 말들이 나돈다. 자영업소상공인중앙회의 주요사업은 자영업자 및 소상공인을 위한 △공동브랜드 개발, 구매, 판매 △토론회, 세미나, 전시회, 박람회 개최 △우수한 제품·서비스 기술 인증 및 포상 △통합 플랫폼 사업 등이다.

1983년 8월 창간호를 시작으로 매월 발행되는 미용회보(Beauty M)는 2018년에 온라인 (모바일 포함) 매체를 개발하여 대한미용사회 홈페이지의 온라인 위생교육 사이트와 연동되어 전국 미용사가 링크하여 다양한 정보를 받는다. 일부 임원 출신들이 지방의회 등 정치권으로 진출하면서 중앙회 차원의 정치분과위원회를 둘 것을 제안하는 등 정치 활동을 지원하는 문화 정착과 정치지망생 대상의 역량 강화교육 프로그램 필요성의 요구가 있다.

(6) 대한제과협회

1963년 1월 창설된 대한민국의 제과·제빵을 대표하는 단체이다. 1963년에 대한빵과자업 협회를 세웠고, 1980년 현재의 명칭으로 확정되었다. 회원 간의 상호 협조로 회원의 상도덕을 함양하여 공동 이익을 증진하고 권익을 보호하며, 제과제빵의 질적·기술적 향상을 기하기 위해 구성된 단체이다.

대한제과협회는 1963년 대한빵과자업협회로 창설되어 1980년 현재의 단체명으로 바뀌었으며 25개의 광역지회와 89개의 지부로 회장단과 감사, 3개의 이사회, 13개의 분과 위원회로 구성되어 있다.

회원 권익 보호 및 위생교육사업 등을 시행하고 있으며 1993년 「월간 베이커리」를 창간해 회원들에게 보급함으로써 회원에게 업계 동향 및 제품·경영 등 최신 정보를 제공하고 있다. 제과제빵에 대한 소비자의 이해 확산과 기술 발전을 위해 서울 국제 빵·과자 경진대회(SIBA 2009년)를 비롯해 하이박 경연대회, 호두제품 경연대회 등을 실시하고 있으며 회원들에게 외국의 앞선 경영·기술 정보를 제공하기 위해 모박쇼, 유로뺑, 이바쇼 등 각종 전시회 참관 및 동경제과학교 등에 기술연수를 시행하고 있다.

제2절 부산지역 소상인의 실태와 동향

1. 부산지역 소상인의 실태

1) 부산지역 소상인의 규모

상인 전체(소상인과 대상인을 포함)의 장기간(2006~2019년)의 추이를 먼저 살펴보면, <표 3-9>에서 보듯이, 총시장상인(종사자+노점상인)의 수는 연평균 1.6% 감소했지만, 노점상인(연평균 3.0% 감소)을 제외한 (상인)종사자(점포소유상인+점포임차상인+종업원)는 연평균 1.5% 감소했다. 점포상인은 연평균 1.1% 감소한 가운데 점포소유상인의 비중이 67%에서 38%로 감소했다.[22)]

<표 3-9> 부산지역 상인의 추이 (단위: 명)

구분	2006	2008	2010	2012	2014	2015	2016	2017	2018	2019
총 시장상인	51,228	46,702	43,893	39,271	44,154	43,102	45,262	45,216	42,082	40,202
노점상인	3,671	3,310	3,321	4,127	2,850	1,477	1,865	1,760	2,030	1,982
종사자	47,557	43,392	40,572	35,144	41,304	41,625	43,397	43,456	40,052	38,220
점포상인	-	-	-	-	-	25,195	25,815	25,529	24,639	24,469
점포소유상인	12,636	8,459	7,842	8,599	9,579	-	-	9,919	9,523	9,304
점포임차상인	16,220	15,696	15,168	14,310	15,745	-	-	15,610	15,116	15,165
종업원	18,701	19,237	17,562	12,235	15,980	16,430	17,582	17,927	15,413	13,751

주: 1. '06~'12년은 등록, 인정, 무등록시장 포함, '15년 이후는 등록, 인정시장포함.
2. 종업원은 무급가족종사자, 상용종사자, 임시일용종사자, 무급종사자를 모두 포함.
출처: 소상공인시장진흥공단(2020), 전통시장·상점가 및 점포경영실태조사

상인 전체(소상인과 대상인을 포함)의 장기간(2015~2019년)(무등록시장 제외)의 추이를 살펴보면, <표 3-9>에서 보듯이, 총시장상인(종사자+노점상인)의 수는 연평균 1.7% 감소했지만 노점상인 (연평균 8.0% 증가)을 제외한 (상인)종사자(점포소유상인+점포임차상인+종업원)는 연평균 2.0% 감소했다. 점포상인은 연평균 0.2% 감소한 가운데 점포소유상인의 비중이 2019년 38.0%이었다.[23)]

22) 상인 전체(소상인과 대상인을 포함)의 장기간(2006~2019년)의 추이를 전국과 비교해 살펴보면, 총시장상인 (종사자+노점상인)의 수의 연평균감소율은 낮고(1.6% vs 0.26%) 노점상인(연평균감소율이 전국보다 낮음(3.0% vs 2.0%))을 제외한 (상인)종사자(점포소유상인+점포임차상인+종업원)의 연평균감소율도 낮다(1.5% vs 0.1%). 점포상인의 연평균감소율도 낮은(1.1% vs 0.4%) 가운데 2019년 전국보다 낮은(38.0% vs 26.4%) 점포소유상인의 비중으로 감소(29% vs 6.7%)했다.

소상공인시장진흥공단(2020)의 자료는 부산지역 상인 전체 (소상인과 대상인을 포함)인데 비해 부산지역 소상인만의 규모에 관한 자료는 2018년 국세통계 연보를 활용한 2017년의 부산지역 업태별 (가동)개인사업자 (법인사업자 제외)를 추정한 황영순 외(2020a)이다.

<표 3-10> 부산지역 업태별 가동사업자 현황(2017년 기준) (단위: 명, %)

구분	개인사업자	개인사업자 비중	자영업자 비중 (부동산임대업 제외)	비고
합계	412,172	개별	개별	
서비스업	72,865	17.7	23.1	
소매업	57,978	14.1	18.4	
음식업	46,261	11.2	14.7	
운수·창고·통신업	45,567	11.1	14.4	전통적 정책대상
도매업	35,333	8.6	11.2	
제조업	29,016	7.0	9.2	전통적 정책대상[24]
건설업	19,303	4.7	6.1	전통적 정책대상
대리·중개·도급업	5,386	1.3	1.7	
숙박업	2,053	0.5	0.7	
농·임·어업	1,146	0.3	0.4	
부동산매매업	592	0.1	0.2	
전기·가스·수도업	109	0.0	0.0	
광업	2	0.0	0.0	

주: 개인사업자는 법인을 제외한 일반, 간이, 면세사업자의 합계임.
출처: 국세청, 국세통계연보 가동사업자현황을 황영순 외(2020a)에서 재인용·수정

이에 의하면, <표 3-10>에서 보듯이 2017년 부산지역 상업의 4개 업종(소매업·음식업·도매업·숙박업)의 (가동)(개인)사업체는 141,625개이며 종사자는

23) 상인 전체(소상인과 대상인을 포함)의 장기간(2015~2019년)(무등록시장 제외)의 추이를 전국과 비교해 살펴보면, 총시장상인 (종사자+노점상인)의 수의 연평균감소율은 높고(1.0% vs 1.7%) 노점상인(전국은 연평균 3.0% 감소 vs 부산은 연평균 8.0% 증가)을 제외한 (상인)종사자 (점포소유상인+점포임차상인+종업원)의 연평균감소율도 높다(0.6% vs 2.0%). 점포상인의 연평균감소율은 낮은(0.5% vs 0.2%) 가운데 2019년 점포소유상인의 비중은 전국보다 높다(26.4% vs 38.0%).

24) 제조업정책은 소공인정책, 소상공인정책, 중소기업정책의 일환으로 과거부터 이어져왔다.

412,172명이다. 소매업의 경우 57,978개이고 종사자는 68,191명이며, 음식업의 경우 46,261개이고, 종사자는 54,410명이며, 도매업의 경우 35,333개이고 종사자는 35,000명 정도이며, 숙박업의 경우 2,053개이고 종사자는 2,000명 정도다.

부산의 자영업자는 장기적으로 감소하는 경향을 보였으나, 도·소매업과 음식업의 개인사업자는 계속 증가하고 있다. <표 3-11>에서 보듯이 도·소매업은 2007년에 81,173명이던 것이 10년 후인 2017년도에는 93,311명으로 12,138명(15.0%) 늘었다. 음식업도 38,380명에서 46,261명으로 7,881명(20.5%) 증가했다. 자영업자의 경쟁심화와 경영압박이 심화되는 환경이다.

<표 3-11> 부산광역시 자영업 상인업종의 개인사업체 추이 (단위: 개, %)

구분	2007	2009	2011	2013	2015	2017	증가율
도·소매업	81,173	85,345	88,680	88,424	92,674	93,311	15.0
음식업	38,380	39,643	40,880	42,249	45,462	46,261	20.5

출처: 국세청, 국세통계연보 가동사업자현황을 황영순 외(2020a)에서 재인용•수정

<표 3-12> 부산광역시 구·군별 개인사업자 추이 (단위: 명)

구분	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
강서구	12,735	13,308	14,204	15,218	16,437	17,364	19,028	21,151	23,901	26,828	29,140	30,700
금정구	23,769	24,173	24,536	25,324	25,601	25,739	26,025	26,706	27,285	27,866	28,684	29,618
기장군	7,535	8,031	8,828	9,878	10,995	12,018	13,993	15,892	16,950	18,496	19,821	21,102
남구	21,781	21,737	21,961	22,320	22,881	23,458	24,253	25,591	26,007	26,641	27,820	28,616
동구	15,340	15,882	16,061	15,472	15,318	15,801	16,258	16,805	16,691	17,163	17,463	17,929
동래구	24,051	24,704	25,355	25,706	26,198	26,412	27,220	28,278	28,193	29,042	30,143	30,996
부산진구	42,533	42,327	42,620	43,044	43,688	43,673	44,759	46,104	46,410	47,066	48,430	49,756
북구	18,268	18,638	19,066	19,414	19,537	19,802	20,548	21,350	21,754	22,268	22,894	23,636
사상구	35,704	36,215	36,552	36,627	36,371	36,155	36,658	37,275	36,874	36,981	37,415	38,089
사하구	25,235	25,644	25,767	26,253	26,220	26,442	27,032	27,651	27,903	28,688	29,535	30,182
서구	9,686	9,845	10,209	10,315	10,305	10,174	10,331	10,549	10,517	10,948	11,191	11,531
수영구	15,198	15,912	16,479	16,522	17,072	17,488	18,348	19,288	19,669	21,082	22,642	24,179
연제구	19,491	19,691	20,032	20,303	20,695	20,923	21,552	22,504	22,367	23,096	24,153	25,066
영도구	10,119	10,158	10,180	10,289	10,276	10,220	10,264	10,829	11,028	11,204	11,369	11,464
중구	16,824	17,403	17,360	17,561	17,479	17,578	17,636	17,738	17,879	18,151	18,635	18,458
해운대구	30,095	31,636	33,423	35,442	37,391	38,547	40,312	42,939	44,261	46,652	49,457	51,334

주: 1인이 여러 사업자등록증을 가진 경우 중복 포함. 부동산임대업 포함

출처: 국세청, 국세통계연보 가동사업자현황을 황영순 외(2020a)에서 재인용

2) 부산지역 소상인의 실태

부산지역 소상인의 실태에 대해서는 단편적 논의가 대부분인 가운데 최근 실태에 관한 종합적인 조사와 논의가 황영순 외(2020a)에 의해 이루어졌다. 따라서 황영순 외(2020a)(200명 면접설문분석결과)를 기본으로 활용하면서 단편적 논의들을 보충하는 방식으로 도·소매업, 숙박·음식업 및 개인서비스업을 중심으로 살펴본다.[25)]

(1) 소상인의 인적 특성

대표자 성별의 경우 숙박·음식업에서 여성 대표자의 비율이 60%를 상회하여 상당히 높다. 대표자 연령의 경우 업종에 따른 차이는 보이지만, 전체적으로 50대와 60대가 주축이다. 70대 이상도 전체의 10.0%로 상당하다. 종사자 구성의 경우 고용원이 있는 점포는 전체의 20.0%(1/5)도 되지 않고 대부분 1인 혹은 가족 자영업이다. 자영업 중 소매업과 음식업이 상대적으로 가족의 도움이 큰 경향이 있으나 상대적으로 개인서비스업은 실질적인 1인 자영업의 형태로 유지되는 비중이 높다. 최초 창업 동기의 경우 최초로 자영업을 시작하는 주된 이유는 재정적인 이유(높은 소득, 취업 일자리)를 응답한 비중은 전체의 50.5%이고 비재정적 이유(적성에 맞아서, 퇴사 압박이 없어서, 은퇴 후 노후 준비, 자유 시간)가 49.5%이다.

(2) 소상인의 사업체 특성

업종의 경우 <표 3-13>에서 보듯이 소상공인의 대부분을 차지하는 도·소매업과 숙박·음식업의 LQ가 모두 1.0을 상회하여 이들 업종에 대한 집중도가 다른 지역보다 크다. 생존율의 경우 기업생멸행정통계에 의하면 개인사업자의 경우 5년 평균 생존율이 도·소매업은 24.6%, 숙박음식업은 18.8%, 서비스업은 29.1%이다. 개인사업자는 잦은 폐업으로 인해 매출 감소 이상의 투자비용 손해를 감내해야 한다.

25) 부산지역 소상인의 실태에 관한 연구자료는 황영순 외(2020a)이 유일하여 한계가 있다.

<표 3-13> 부산지역 주요업종별 규모,사업체/1인당 실적(2018년) (단위:개, 명, %, %p)

구분	총 규모		지역 내 비중		8대도시내 비중차이		LQ지수		사업체당 평균실적				1인당 생산성				5년 생존율
									부산		8대도시계		부산		8대도시계		
	사업체수	종사자수	사업체수	종사자수	사업체수	종사자수	사업체수	종사자수	매출액	영업이익	매출액	영업이익	매출액	영업이익	매출액	영업이익	
도·소매업	70,135	126,240	30.2	27.6	1.5	1.0	1.06	1.03	322.1	40.9	354.3	39.4	158.5	20.1	172.4	19.2	24.6
숙박·음식점업	44,541	94,044	19.2	20.5	1.4	1.7	1.08	1.05	109.7	28.6	132.6	33.7	45.4	11.9	53.4	13.6	18.8
제조업	26,421	79,249	11.4	17.3	-2.3	-0.4	1.14	1.11	338.5	46.3	352.5	45.7	109.4	15.0	113.0	14.6	38.0

주: 신생기업 5년 생존율은 2016년 기준임.
출처: 황영순 외(2020a)

매출액과 영업이익의 경우 부산의 도·소매업과 숙박·음식업의 사업체당 매출액은 322.1백만원과 109.7백만원으로 8대 도시계(354.3백만원, 132.6백만원)보다 낮다. 그러나 부산의 숙박·음식업의 사업체당 영업이익은 28.6백만원으로 8대 도시계(33.7백만원)보다 낮으나 부산의 도·소매업의 사업체당 영업이익은 40.9백만원으로 8대 도시계(39.4백만원)보다 높다. 노동생산성의 경우 부산의 도·소매업과 숙박·음식업의 1인당 매출액은 158.5백만원과 45.4백만원으로 8대 도시계(172.4백만원, 53.4백만원)보다 낮다. 부산의 숙박·음식업의 1인당 영업이익은 11.9백만원으로 8대 도시계(13.6백만원)보다 낮으나 부산의 도·소매업의 1인당 영업이익은 20.1백만원으로 8대 도시계(19.2백만원)보다 높다. 임대료의 경우 부산의 월세 점포 비중은 75.5%인데, 다른 지방 대도시와 비교할 때 크게 높거나 낮은 비율은 아니지만, 서울(86.4%)에 비해 크게 낮다. 경쟁과 과밀의 경우 도·소매업과 숙박·음식업에서의 개인사업자 1인당 지역내 거주자수가 부산의 경우 23.8명과 32.5명으로 타 도시보다 낮음. 타 도시와 비교할 때 부산이 과밀화 정도가 가장 심하거나 매우 높은 도시임을 알 수 있다.

(3) 소상인의 매출환경

가장 중요한 변수인 (15세 이상) 인구에 있어 2016년도부터 감소하고 있다. 부산시민의 현재 생활 형편, 개인신용카드 소비액, 전국 온라인상거래 규모는 모두 부산의 내수시장규모가 다른 지역과 비교할 때 상대적으로 줄어들고 있음

을 보여주고 있다. 자영업자를 위한 시장파이가 줄고 있다. 이를 반영하여 (비제조업)기업경기실사지수, 집합상가임대료 수준도 낮아지고 있다. 부산의 자영업자들을 위한 시장파이가 줄어들고 있다.

(4) 영세자영업(상시 근로자수 5인 미만) 삶과 경영

가. 업체의 기본개요

무등록사업자의 비율의 경우 <표 3-14>에서 보듯이 전체에서 5.0%이며 업종별로는 음식업이 3.3%로 낮은데, 위생관리 등의 이유로 무허가사업을 영위하기 어려운 현실이 반영되었을 것이다. 소매업과 개인서비스업은 각각 6.3%, 6.7%였다.

점포 개업기간의 경우 평균 점포 개업기간은 4.2년이다. 종사자 구성의 경우 고용원이 있는 점포는 전체의 17.0%이다. 개인서비스업은 실질적인 1인 자영업의 형태로 유지되는 비중이 높다. 자영업주 1인당 평균 고용인은 0.9명이다.

<표 3-14> 업종별 사업자등록증 보유 여부 (단위: %)

구분	사업자 등록증 없음	점포의 개업기간			종사자 구성			자영업주 1인당 종사자수				
		3년 미만	3년~10년 미만	10년 이상	1인 자영업	가족 자영업	소계	자영 업주	무급가족 종사자	상근 직원	비상근 직원	합계
전체	5.0	25.0	27.0	48.0	38.0	45.0	83.0	1.00	0.50	0.13	0.27	1.90
소매업	6.3	28.8	26.3	45.0	41.3	41.3	82.5	1.00	0.48	0.13	0.33	1.93
음식업	3.3	23.3	30.3	46.7	22.2	56.7	78.9	1.00	0.63	0.16	0.29	2.08
개인서비스업	6.7	20.0	20.0	60.0	76.7	20.0	96.7	1.00	0.17	0.03	0.07	1.27

주: 가족자영업은 자영업주와 무급가족종사자로만 구성. 상근직원은 주 5일 출근 하루 8시간 근무 기준
출처: 황영순 외(2020a)

나. 자영업주 삶

자영업주 연령의 경우 <표 3-15>에서 보듯이 업종에 따른 차이는 보이지만, 전체적으로 50대와 60대가 주축이다. 70대 이상도 전체의 10.0%로 상당하다. 국민연금 가입의 경우 자영업주가 자발적으로 가입하고 납부해야 하는데 가장

기본적인 공적연금제도인 국민연금을 전체의 27.0%는 납부하지 않고 있었다. 자영업을 최대 몇 세까지 하고 싶은지에 대해 66세 이상까지라고 응답한 결과가 53.0%이다. 사실상 건강과 여력이 되는 한 자영업을 계속 유지하고 싶다는 것으로 보아야 한다. 자영업 시작 동기의 경우 자영업을 최초로 시작한 나이는 30대와 40부터 시작한 경우가 70.5%이다.

<표 3-15> 자영업주 연령 관련 사항 (단위: %)

구분	자영업주 연령							자영업을 최초 시작한 나이						자영업영위의 희망최대나이				
	20대	30대	40대	50대	60대	70대~	평균연령	20대	30대	40대	50대	60대	70대~	60이하	61~65	66~70	71~80	81이상
전체	2.5	9.5	22.5	26.0	29.5	10.0	54.5	16.0	35.5	35.0	8.0	5.0	0.5	21.5	25.5	35.5	15.5	2.0
소매업	3.8	10.0	20.0	28.8	25.0	12.5	54.5	18.8	27.5	36.3	13.8	2.5	1.3	22.5	26.3	28.8	17.5	5.0
음식업	2.2	7.8	20.0	26.7	35.6	7.8	55.5	10.0	34.4	41.1	5.6	8.9	0.0	17.8	24.4	43.3	14.4	0.0
개인서비스업	0.0	13.3	36.7	16.7	23.3	10.0	51.7	26.7	60.0	13.3	0.0	0.0	0.0	30.0	26.7	30.0	13.3	0.0

출처: 황영순 외(2020a)

<표 3-16> 일평균 노동시간 (단위: 시간)

구분	일평균 노동시간				주간 노동시간				평균 휴무일				
	월~금	토	일	주간 총합	40 이하	41~52 이하	53~100 이하	100 초과	주 2일	주 1일	격주 1일	월 1일	정기적이지 않음
전체	10.6	10.0	5.1	67.9	4.0	13.0	79.5	3.5	4.0	52.5	3.5	1.0	39.0
소매업	10.5	9.2	5.0	66.5	5.0	18.8	70.0	5.0	3.8	42.5	3.8	1.3	48.8
음식업	11.0	10.7	6.0	71.6	2.2	7.8	87.8	2.2	4.4	47.8	4.4	1.1	42.2
개인서비스업	9.7	9.7	2.4	60.7	6.7	10.0	80.0	3.3	3.3	93.3	0.0	0.0	3.3

출처: 황영순 외(2020a)

노동시간의 경우 <표 3-16>에서 보듯이 평균적으로 월요일부터 토요일까지 10시간 전후 일하며 주당 평균 68시간 노동한다. 법정 기준근로시간으로 논의되는 주 52시간 이내 업체의 비중이 전체의 17.0%에 불과하다. 고정적인 휴무일이 없는 자영업자가 많다는 것도 특징이다. 전체의 39.0%나 된다. 노동강도의 경우 업종별로 차이가 매우 컸는데, 음식업-개인서비스업-소매업 순으로 높다. 업무로 인한 상해/질병 위험에 대한 인식은 음식업-개인서비스업-소매업 순으

로 높은데 노동강도에 비례하는 것으로 보인다.

<표 3-17> 노동강도 (단위: %)

구분	육체노동 강도			정신노동 강도			업무로 인한 상해 질병 불안		
	매우 낮음 +낮음	보통	높음 +매우 높음	매우 낮음 +낮음	보통	높음 +매우 높음	전혀 없다	가끔 있다	자주 있다
전체	13.0	21.5	65.5	9.5	21.0	69.5	41.0	43.5	15.5
소매업	28.8	33.8	37.5	12.5	30.0	57.5	56.3	32.5	11.3
음식업	2.2	7.8	90.0	4.4	13.3	82.2	26.7	52.2	21.1
개인서비스업	3.3	30.0	66.7	16.7	20.0	63.3	43.3	46.7	10.0

출처: 황영순 외(2020a)

일/삶 균형의 경우 <표 3-18>에서 보듯이 가족/친구와 함께하는 시간은 노동시간이 매우 많기에 시간이 매우 부족하다는 응답이 29.5%이며, 부족하다는 응답을 포함할 경우 이 비중이 67.5%나 되며, 시간이 충분하다는 응답은 10.0%에 불과하다. 최근 1년 내에 46.5%가 여행을 다녀온 경험이 없으며, 다녀온 가장 먼 여행지는 해외, 경남, 제주, 전남의 순이었다.

<표 3-18> 일/삶 균형 (단위: %)

구분	가족 친구와 함께 하는 시간					1년 내 여행 여부와 가장 먼 여행지						
	매우 부족	부족	보통	충분	매우 충분	없음	해외	경남	제주	전남	경북	기타
전체	29.5	38.5	22.0	10.0	0	46.5	22.5	12.0	4.5	4.0	3.5	7.0
소매업	25.0	37.5	22.5	15.0	0							
음식업	36.7	38.9	20.0	4.4	0							
개인서비스업	20.0	40.0	26.7	13.3	0							

출처: 황영순 외(2020a)

삶의 만족도의 경우 <표 3-19>에서 보듯이 자영업주로서 전체적으로 만족한다는 응답은 21.0%이나 불만족하다는 응답은 43.0%이다. 개인서비스업은 만족과 불만족의 응답이 비슷하나, 음식업과 소매업은 불만족 응답이 40~50%로 높다.

<표 3-19> 현재 삶에 만족하는지 여부 (단위: %)

구분	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
전체	11.0	32.0	36.0	20.0	1.0
소매업	12.5	28.8	33.8	23.8	1.3
음식업	13.3	36.7	34.4	14.4	1.1
개인서비스업	0.0	26.7	46.7	26.7	0.0

출처: 황영순 외(2020a)

만족도 집단별 자영업 특성의 차이의 경우(<표 3-20> 참조) 가장 큰 차이는 연령대로 불만족집단은 50대가 많고, 만족집단은 60대가 많다. 자영업 시작 동기에서 불만족집단은 재정적 이유(소득, 취업)가 높으나 만족집단은 재정적 이유가 낮은 편이다. 어느 정도 예상 가능한 것이지만, 만족집단은 언어폭력 경험이 적고, 주간노동시간이 적으며, 가족/친구와의 시간이 많고, 월세가 작으며, 월소득이 높다. 자영업의 미래에 대해 불만족집단은 매우 어둡게 생각하나 만족집단은 상대적으로 매우 어둡다는 비중이 작다.

<표 3-20> 만족도 집단과 소득 집단별 자영업 특성 비교(단위: %, 만원, 시간)

구분		만족도		월소득	
		불만족집단	만족집단	하위집단 (100만원 이하)	상위집단 (200만원 이상)
현점포 개업기간	3년미만	26.7	16.7	23.8	24.5
	3년~10년미만	24.4	33.3	23.8	32.7
	10년이상	48.8	50.0	52.4	42.9
자가건물 여부	자가	17.4	19.0	19.0	16.3
	임차	82.6	81.0	81.0	83.7
임차 월세	평균	79만원	66만원	62만원	118만원
	중간	60만원	50만원	45만원	100만원
종사자 구성	1인자영업	39.5	42.9	58.7	26.5
	가족자영업	48.8	42.9	38.1	49.0
	고용인 유	23.3	21.4	9.5	40.8
연령대	30대 이하	10.5	14.3	6.3	14.3
	40대	17.4	23.8	17.5	28.6
	50대	33.7	7.1	22.2	30.6
	60대	26.7	40.5	33.3	26.5
	70대	11.6	14.3	20.6	0.0

자영업 이유	재정	64.0	31.0	54.0	53.1
	비재정	36.0	69.0	46.0	46.9
부동산 보유	있음	73.3	78.6	73.0	77.6
	없음	26.7	21.4	27.0	22.4
국민연금 납부	예	68.6	76.2	63.5	89.8
	아니오	31.4	23.8	36.5	10.2
주간 노동시간	평균	71시간	66시간	70시간	70시간
	중간	70시간	66시간	72시간	70시간
언어폭력	예	37.2	14.3	28.6	30.6
	아니오	62.8	85.7	71.4	69.4
가족/친구 시간	부족	79.1	59.5	69.8	69.4
	충분	8.1	19.0	9.5	10.2
여행	예	45.3	66.7	47.6	65.3
	아니오	54.7	33.3	52.4	34.7
거래관계 갑질	예	10.5	7.1		
	아니오	89.5	92.9		
월소득 불경기시	평균	128만원	189만원	-	-
월소득 호경기시	평균	288만원	383만원		
자영업의 미래	매우 어둡다	39.5	21.4		
	어둡다	47.7	54.8		

출처: 황영순 외(2020a)

다. 자영업체 경영

폐업대책의 경우 '은퇴하겠다'가 51.0%이고 60대와 70대가 매우 높다. 현재 주 연령대가 50~60대라는 점을 감안할 때, 현재의 점포에서 이전하는 경우를 생각하기보다는 현재 점포가 마지막이라는 심정과 각오로 최대한 오랫동안 운영하겠다는 의지나 계획이 담겨있는 것으로 보인다.

<표 3-21> 현 점포를 폐업할 경우의 선택 (단위: %)

구분	비율	은퇴응답자의 연령대내 비율	
은퇴한다.	51.0	40대 이하	13.0
동일한 형태로 다른 곳에서 재창업한다.	25.5	50대	44.2
업종을 전환하여 재창업한다.	16.0	60대	84.7
프랜차이즈 가맹 해지 후 재창업한다.	0.5	70대 이상	100.0
취업 자리를 알아본다.	7.0		
계	100.0		

출처: 황영순 외(2020a)

자영업체 공적제도 가입률의 경우 고용보험은 9.5%, 노란우산공제는 16.5%, 산재보험은 7%이다.

<표 3-22> 자영업자를 위한 제도 가입비율 (단위: %)

구분	고용보험	노란우산공제	산업재해보험
전체	9.5	16.5	7.0
소매업	8.8	13.8	5.0
음식업	10.0	21.1	10.0
개인서비스업	10.0	10.0	3.3

출처: 황영순 외(2020a)

자영업을 통한 월 소득(경기)의 경우 자영업 경기가 가장 좋았던 해는, 선택연도 중 가장 먼 해인 2013년이었으며, 가장 안 좋은 해는 2019년이었다. 2019년 경기가 가장 안 좋다는 응답 비중은 77%로 매우 크다.

<표 3-23> 자영업 개업 이후 월 소득이 가장 많았던 해 (단위: %)

구분	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
월 소득이 가장 많았던 해	50.4	21.6	18.1	14.7	13.9	16.0	2.5
월 소득이 가장 적었던 해	0.0	1.6	0.0	0.7	5.2	16.5	77.0

출처: 황영순 외(2020a)

경기가 좋았던 해는 업체의 월 소득 평균이 315.3만원이나, 경기가 나쁜 해에는 월 소득의 평균이 150.0만원이다.

월 소득 하위그룹업체와 상위그룹업체간에 가장 큰 특성의 차이는 연령대, 종사자 구성이다. 고연령자가 저소득자영업을 영위하고, 젊을수록 고소득자영업이다. 소득하위그룹은 1인 자영업의 비중이 매우 높으나 소득상위그룹은 1인 자영업은 적고 고용인이 있는 자영업의 비중이 높다. 자영업을 시작하게 된 동기는 별 차이가 없다. 나머지 특성들(개업기간, 노동시간, 가족/친구와의 시간)에서는 별 차이가 없다. 특히 평균노동시간이 동일했다는 점은 노동시간과 월 소득이 평균적으로는 연결되지 않는다는 것을 말한다.

<표 3-24> 경기상황에 따른 자영업의 월 소득 분포 (단위: %)

구분	전체		60세 미만		60세 이상	
	월소득 가장 많은 해	월소득 가장 적은 해	월소득 가장 많은 해	월소득 가장 적은 해	월소득 가장 많은 해	월소득 가장 적은 해
소득 없음(순손실)	0	3.5	0.0	2.5	0.0	5.1
0~50만원	0.5	7.0	0.8	5.0	0.0	10.1
50~75만원	2.5	6.0	0.8	5.0	5.1	7.6
75~100만원	4.5	15.0	1.7	11.6	8.9	20.3
100~150만원	4.5	26.0	1.7	24.0	8.9	29.1
150~200만원	10.5	18.0	9.1	22.3	12.7	11.4
200~300만원	27	19.0	28.1	21.5	25.3	15.2
300~400만원	28	4.0	30.6	5.8	24.1	1.3
400~600만원	16.5	1.5	19.8	2.5	11.4	0.0
600~800만원	5	0	5.8	0.0	3.8	0.0
800만원 이상	1	0	1.7	0.0	0.0	0.0
평균 월 소득	315.3만원	150.0만원	342.6만원	168.6만원	274.2만원	121.5만원

주: 평균 월 소득은 양끝(순손실, 800만원 이상)을 제외한 구간의 중간금액을 기준으로 계산
출처: 황영순 외(2020a)

연령대가 월 소득 차이와 연결되어 있다는 점에 착안하여, 국내 은퇴기점인 60세를 기준으로 한 연령 그룹별 차이를 보면, 60세 이상 그룹의 경우 월 소득이 항상 더 낮은데, 경기가 좋을 때는 274.2만원으로 60세 미만 그룹의 80.0% 수준이다. 그러나 경기가 안 좋을 때는 121.5만원으로 60세 미만 그룹의 72.3% 수준에 불과하다.

경영애로사항의 경우 공통적으로 상위권에 있는 요인은 임대료, 상권쇠퇴, 업종쇠퇴, 점포과밀이다. 여기에 음식업의 경우 고용이 많은 특성에 따라 인건비 수준이 포함되어 있다. 자영업체의 2/3 가량이 고용인이 없으므로 인건비 수준이 상위권에 드러나지 않는 것이며, 고용원이 있는 경우 인건비 요소를 제외할 수는 없을 것이다. 이를 감안하면 5개가 주요 애로사항이라고 할 수 있다. 결제수수료 관련은 많이 언급되는 것과는 달리 비중이 비교적 높지 않다.

<표 3-25> 자영업 경영의 가장 힘든 점(3개까지 선택) (단위: %)

소매업		음식업		개인서비스업	
점포 임대료	20.4	점포 임대료	21.5	점포 임대료	23.3
상권 쇠퇴	17.9	인건비 수준	14.8	상권 쇠퇴	21.1
업종 쇠퇴	15.8	상권 쇠퇴	14.4	점포 과밀	18.9
점포 과밀	13.3	점포 과밀	13.7	업종 쇠퇴	10.0
인건비 수준	7.5	업종 쇠퇴	8.5	인건비 수준	5.6
자금 융통	7.5	결제 수수료	7.0	고객 응대	5.6
고객 응대	5.4	자금 융통	5.2	건강 악화	4.4
결제 수수료	4.6	건강 악화	4.8	홍보마케팅	4.4
건강 악화	3.3	고객 응대	4.4	결제 수수료	3.3
홍보마케팅	2.5	홍보마케팅	3.3	자금 융통	2.2
가맹본부 관계	0.8	인력 확보	1.5	인력 확보	1.1
인력 확보	0.8	가맹본부 관계	0.7	가맹본부 관계	0.0

출처: 황영순 외(2020a)

부산 자영업자의 미래의 경우 밝다는 응답은 한 명도 없었다. '미래가 어둡다+매우 어둡다'는 87%이다. 월 소득이 적은 그룹에서 미래가 매우 어둡다고 생각하는 비중이 더 높았다.

<표 3-26> 부산 자영업자의 미래 전망 (단위: %)

구분	매우 어둡다	조금 어둡다	현재와 같다	조금 밝다	매우 밝다
전체	29.0	58.0	13.0	0	0
소매업	28.8	61.3	10.0	0	0
음식업	33.3	51.1	15.6	0	0
개인서비스업	16.7	70.0	13.3	0	0

출처: 황영순 외(2020a)

3) 소결

부산의 자영업자가 장기적으로 감소하는 경향을 보았으나, 도·소매업과 음식업의 개인사업자는 계속 증가하고 있다. 특히, 음식업에서 자영업 과밀도가 더 심해지고 있다. 자영업자의 경쟁심화와 경영압박이 심화되는 환경이다.

자영업자의 평균생존율(5년)을 보면 도·소매업(24.6%), 숙박·음식업(18.8%), 서비스업(29.1%)이다. 잦은 폐업으로 인해 매출 감소 이상의 투자비용손해를 감내해야 한다.

부산 소상공인의 중요한 인적 특성은 60대 이상 소상공인 비중이 30.7%로 비교 대상인 8대 도시 중 가장 높고 숙박·음식업에서 여성 대표자의 비율이 60%를 상회하여 상당히 높다.

부산 소상공인의 사업체 특성은 도·소매업, 숙박·음식업, 제조업, 개인서비스업에 70% 이상의 사업체 수, 종사자수가 집중되어 있다. 주당 평균 68시간 노동하며 법정 기준근로시간으로 논의되는 주 52시간 이내 업체의 비중이 전체의 17.0%에 불과하다. 고정적인 휴무일이 없는 자영업자가 매우 많다.

월 소득은 경기가 좋았던 해는 업체의 월소득 평균이 315.3만원이나, 경기가 나쁜 해에는 월 소득의 평균이 150.0만원이다.

경영애로 요인은 임대료, 상권쇠퇴, 업종쇠퇴, 점포과밀이지만, 음식업의 경우 고용이 많은 특성에 따라 인건비 수준이 포함되어 있다[26].

자영업자로서 사는 삶에 대한 만족도에서 불만족(43.0%)이 매우 높다. 특히, 음식업과 소매업의 불만족(40~50%)이 높다. 위와 같은 요인으로 인해 자영업자로의 현재와 미래에 대해 부정적인 결과로 나타났다. 부산 자영업자의 미래에 대해 밝다는 응답이 한 명도 없을 뿐 아니라 미래가 '어둡거나 매우 어둡다'라고 응답한 비율이 87%이다.

2. 부산지역 소상인의 동향

1) 소상인의 전반적 동향

2008년을 전후하여 유통 대형자본은 백화점, 대형마트에 이어 골목상권 깊숙이 진입하려던 SSM(Super Supermarket)의 등장으로 인해 부산지역 상인들은 (사)중소상공인살리기협회 중심으로 인천, 경남, 충북 등 다른 지역 상인들과 함

26) 자영업체의 2/3 정도는 고용인이 없으므로 인건비 수준이 상위권에 드러나지 않는 것이며, 고용원이 있는 경우 인건비 요소를 제외할 수는 없을 것이다.

께 전국적인 상인조직인 전국유통상인연합회를 건설하고 이 단체를 중심으로 대국회 및 대정부와의 체계적인 정책대안 세력으로 나가고자 노력했다.

2018년을 기점으로 대형유통업체와의 투쟁 일변도에서 벗어나 지역화폐조례, 납품도매상인 지원조례, 골목상권보호조례 등 부산시의회를 통한 조례 제정에 힘을 쏟으며 정책 마련에 나섰다.

소상인이 속한 자영업은 단편적으로 경기나 유행을 많이 타는 탓에 코로나19의 가장 큰 타격을 받은 업종이다. 부산 자영업자 상황을 보면 고용원 있는 자영업자는 감소했지만, 1인 자영업자는 년간 7.1% 늘었다(한국은행 부산본부, 2020년 기준). 자영업 가운데 음식·숙박업과 도·소매업 비중은 36.5%(2019년)에서 42.1%(2021년)로 급증했다. 고용원을 둔 자영업자의 상황 악화로 인해 취업이 어려운 퇴사종사자들이 1인 자영업으로 선회한 것으로 판단된다. 반면, 전국의 음식·숙박업과 도·소매업 비중은 부산과는 달리 32%(2019년)에서 30.8%(2021년)로 소폭 줄어들었다.

2) 업종별 동향

(1) 대형마트(복합쇼핑몰)와 SSM 급증

2017년 이후로 부산지역에서 대형유통업체의 신규 오픈은 거의 중단되었지만, 대규모 복합쇼핑몰의 출점이 추진되었다. 이는 대형마트의 매출 상승세가 둔화되고 있다는 점과 입점 가능한 지역을 물색하기 어려운 환경이 반영된 결과로 해석할 수 있다. 이마트를 선두 주자로 대형마트 시장의 포화상황을 돌파할 새로운 대안으로 대규모 복합쇼핑몰 추진되었다. 반면, 대형유통업체의 과잉 진출과 지역 상인들의 입점 반대, 온라인쇼핑몰의 급속한 성장으로 인해 홈플러스, 롯데 등 대형마트의 일부 점포 매각이 진행 중이다.

한편, 이마트 노브랜드는 2018년 점포확장을 추진하여 하단 아트 몰링점과 다대점의 두 점포를 개설했다. 당시, 노브랜드는 신호점, 중동점, 화명점, 경성대점 등 부산지역에서 여러 곳의 신규점포를 준비 중으로 알려졌지만, 개점 직전 지역 상인들의 사업조정 신청이 줄을 이었고 이들의 강력한 입점 반대 운동이

전개되면서 결국 이마트는 부산지역에 입점예정이던 모든 점포에 대한 사업을 철회했다.

(2) 납품도매업

납품도매업은 마트나 식당 등의 소매점에 정기적으로 상품을 납품하는 도매업 종사자를 뜻하지만, 정부의 산업업종분류에는 등재되지 않은 업종이다. 우리나라의 업종분류는 취급하는 상품으로 그 세세 분류를 나누고 있으며 택배나 화물배송과는 구분되는 납품이라는 고유업무를 특정하여 따로 업종을 구분하지는 않는다. 하지만, 현장에서는 세세 분류상 나누어지는 개별상품들만 취급하는 것이 아니라 공급받는 소매점에서 요구하는 다양한 상품들을 혼합하여 공급하는 경우가 많다.

궁극적으로 도매업에 대한 정책을 수립할 때 취급상품보다는 납품인지, 택배인지, 운송인지의 업무의 형태가 중요함에도 불구하고 반영되지 못하는 것이 현실이다. 납품도매업은 업종분류 자체가 되지 않으니 소상공인이나 자영업자 지원정책을 수립할 때 철저히 배제되고 있다. 오히려 유통단계를 축소하여 물류가성비를 확보해야 한다는 과거 정부방침에 의해 없어져야 할 유통단계로 오인되는 소외계층인 측면이 많다.

2021년 부산시의회에서는 이런 납품도매업에 대한 지원과 주차단속 문제를 해결하기 위하여 ‘납품도매업 지원조례’를 제정하였다. 하지만, 이 조례는 상위법에 근거가 없다는 이유로 부산시의 제의요구가 있었고 의회의 제의 이후에 다시 행정소송으로 이어졌다.

이런 조례 제정을 둘러싼 공방과는 별개로 부산자치경찰위원회에서는 경찰청 고시를 통해 화물차량의 주차허용시간을 현행 15분에서 30분으로 늘렸다.

(3) 식자재도매업

식자재 도매업은 식당 등과 같은 외식이나 급식, 유흥소매점에 식재료 등을 공급하는 도매업체를 말한다. 주로 중소상인들이나 자영업자들로 구성된 부산의

식자재 유통도매업체들은 2014년을 전후하여 식품제조 대기업업체인 CJ와 대상의 식자재 도매사업 진출로 인해 극심한 어려움을 겪었다. 하지만, 식자재 도매업이 정부의 산업업종분류에 등록되어 있지 않아서 이들에 대한 지원은 거의 이루어지지 않고 있다. 납품도매업과 마찬가지로 사각지대라 할 수 있다.

부산시의회에서 '골목상권보호지구 지정 및 운영에 관한 조례'를 2020년 9월에 제정한 바 있다. 이 조례는 식자재 대기업뿐 아니라 유통산업발전법에서 제한을 받지 않는 다이소 등 대부분의 유통 대기업과 그 가맹점까지 제한대상에 포함시켰다.[27] 조례가 가지는 근본적 한계로 인해 직접 입점 제한을 하지 못하지만, 제한대상 기업이 진출하려고 할 때 진입장벽 정도의 역할이 가능했다.

3. 부산시의 소상인정책

1) 지역화폐와 온라인쇼핑몰

대형마트나 SSM 등의 대형유통업체뿐만 아니라 쿠팡, 11번가, 옥션 등의 전자상거래 등에서 소비가 폭발적으로 이루어지며 골목상권의 위기감이 증폭했다. 이러한 상황에서 지역화폐 '동백전' 발행으로 오프라인 대형유통업체에서의 사용제한으로 지역 상인들의 매출을 올릴 방안이 마련되었다. 또한, 플랫폼 기반인 대형온라인쇼핑몰업체의 사용을 제한하며 지역 상인들의 온라인쇼핑몰을 구축으로 골목상권 중소상인들의 온라인 판매기반을 마련하고자 했으나 제대로 구현되지 못하고 있다는 평가를 받고 있다.

2) 동백통(공공모바일마켓앱)

부산 공공모바일 마켓앱인 동백통은 코로나19로 인해 급변하는 비대면·디지털 경제에 대응해 전통시장과 소상공인들의 경쟁력을 위해 마련된 사업으로 민간 배달 시장 앱의 독과점과 수수료 폐해 문제를 해결하기 위해 부산시가 추진하는 사업이다. 동백통은 모바일 앱을 활용하는 주문 중개앱으로 소비자가 동백통을

27) 유통산업발전법의 업종분류체계의 문제점에 관해서는 김천수(2014)를 참조할 것.

통해 주문하면, 주문을 받은 업체에서는 상품을 준비한 뒤 배달 대행업체를 통해 소비자에게 제공하는 공공 O2O(Online to Offline, 온라인과 오프라인을 연결한 마케팅) 서비스이다.

4. 부산지역 상인단체의 동향

<표 3-27> 부산지역 상인조직[28]의 추이 (단위: 개, %)

구분		2006	2008	2010	2012	2014	2015	2016	2017	2018	2019
총상인단체		191	189	161	154	169	169	167	176	173	172
	법적단체	77	129	128	130	128	140	131	131	127	127
	(%)	40.3	68.2	79.5	84.4	75.7	82.8	78.4	74.4	73.4	73.8
	임의단체	73	46	27	17	27	20	29	33	36	35
	(%)	38.2	24.3	16.8	11.0	16.0	11.8	17.4	18.8	20.8	20.3
	없음	41	14	6	7	14	9	7	12	10	10
	(%)	21.5	7.4	3.7	4.5	8.3	5.3	4.2	6.8	5.8	5.8

주: 1. 법적단체: (재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법)등록상인회, (유통산업발전법)상점가진흥조합, (민법)법인
2. 임의단체: 친목회, 번영회 등

출처: 소상공인시장진흥공단(2020), 전통시장·상점가 및 점포경영 실태조사

상인 전체(소상인과 대상인을 포함)의 상인단체의 장기간(2006~2019년) 추이를 살펴보면, <표 3-27>에서 보듯이, 임의단체(친목회, 번영회 등)가 크게 감소하여 총상인단체는 2006년(191개) 대비 2019년(172개)엔 감소하였지만[29] 법적단체((재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법)등록상인회, (유통산업발전법)상점가진흥조합, (민법)법인)는 2006년(77개) 대비 2019년(127개)엔 증가했다. 2008년

28) 전통시장 및 상점가 단체만(점포수가 50곳 이상)을 포함한 것이다. 2020년 말 부산 전통시장 관련 총 상인단체는 221개, 법적단체 160개, 임의단체 39개, 없음 22개이다. 부산광역시 소상공인지원과 내부자료로 점포수 기준에 따른 수치임으로 기관별 차이가 있다.

29) 부산 경우도 전국 상인단체의 흐름처럼 총상인단체수가 줄어든 이유는 2005년 이후 재래시장(현 전통시장)과 상점가 육성을 위한 특별법 제·개정이 되면서 제도적으로 재래시장 활성화 등에 대폭적인 지원이 되면서 임의단체 등이 법적인 등록 요건을 갖추었다.

이후 상인조직의 법적 기반이 강화된 것이다.[30]

1) 전국단체의 부산지부

노무현 정부의 2004년 재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법이 제정되며 재개발·재건축사업, 현대화사업 등에 대한 지원의 근거가 마련되어 소상공인 대책이 본격적으로 추진되었으나, 15년간 이루어진 대부분의 지원책은 낙후된 재래시장을 위한 내용이었다.

동종업종에 종사하는 상인이지만 전통시장 상권의 상인과 골목상권에 종사하는 상인 간의 이질감은 매우 크다. 전통시장과 달리 골목상권은 전체 소상공인 업종을 대표할 법적인 단체가 제대로 된 역할을 다하지 못하는 상황이다. 직능업계의 발전 및 회원들의 친목을 도모하는 직능단체로는 지역상권을 대표하여 상권 활성화를 위한 정책 제안엔 한계가 있을 수밖에 없다.

더구나 관리·감독 기관이 다른 점으로 인해 종합적인 제도 마련이 어렵다. 전체의 소상공인 중에서 전통시장 상인의 비율이 10% 전후임을 감안할 때 조직화되지 골목상권의 지원이나 제도는 거의 마련되지 못하는 사이 골목상권은 몰락하고 있는 게 현실이다.

현대화사업, 온누리상품권 등 전통시장 위주의 정부와 지자체의 지원으로 인해 골목상권에 종사하는 상인들은 정책 소외감과 좌절감을 느낄 수밖에 없고 전통시장 상인은 동아줄 같은 지원에 전적으로 의지할 수밖에 없는 상황에 내몰고 있다. 이런 점에서 소상공인의 다양한 업종과 지역상권 활성화를 위한 깊이 있는 연구를 통해 광역 및 기초지자체에 정책을 제안할 수 있는 제대로 된 종합적인 소상인단체의 필요성이 절실한 시점이다.

(1) 소상공인연합회 부산시 광역지회

2020년 11월 소상공인연합회 부산시광역지회가 출범되며 16개 구·군 지부를

30) 직능별, 업종별, 상권별(전통시장상권과 골목상권) 관리·감독 부서가 각기 다른 점으로 인해 상인단체의 체계적인 현황 파악이 어렵다. 부서 및 기관의 상시적인 협업을 할 수 없는 시스템으로 인해 종합적인 제도 마련 자체가 어렵다.

갖추었다. 광역지회가 출범한 지 얼마 되지 않아 지역연합회의 조직 운영에 필요한 재정의 불안정으로 인해 사무실 임대료나 상근자에 대한 처우에 문제가 불거졌지만, 이후 부산상공회의소에서 사무실을 개소하고 소상공인을 위한 본격적인 업무에 들어갔다. 지역연합회의 사무실을 자체적으로 마련하지 못한 상황에서 광역회장의 임명권이 중앙회장에게 있는바 지역 소상공인 문제를 발굴하고 개선하려는 노력보다 중앙회가 추진하는 중앙 사업이나 이슈에 매몰될 가능성이 크다. 일부에서는 대표적인 법정 단체의 광역지회 위상에 따른 자발적인 조직 시스템 체계를 갖추어 회원 간 협력과 연대성을 높여야 한다는 자성의 목소리가 내부로부터 나온다.

일부 광역지회에서는 중앙회장의 권한대행 체제에서 광역시·도와 협의를 진행해온 광역지회장을 측근 인사 위주로 대거 교체하는 바람에 지역연합회 업무가 마비 상태에 이르렀다며 부당·월권에 대한 문제를 제기한 바 있다[31]. 지역의 상권문제 등을 해결하는 상황에서 지역 회원들의 신뢰와 지지를 받아 선출되지 않고 연합회의 중앙회장이 광역회장을 선임하는 점은 앞으로 지역 조직화에 걸림돌로 보여 개선되어야 할 상황으로 보인다. 소상공인연합회 부산시 광역지회는 대외적으로 부정적인 이미지를 극복하고 지역 소상공인에게 더욱 신뢰받을 수 있는 단체로 거듭나야 한다.

(2) 부산상인연합회

부산지역 시장 상인들의 권익 보호와 시장의 번영을 위해 2,000년 재래시장 상인연합회로 창립되어 현재 5대 회장에 이르렀고 회장단, 감사, 이사회로 구성되어 있으며 부산 전체 시장 관련 총 상인단체는 221개 중 90개 전후의 전통시장 상인회가 가입되어 있다. 그동안 부산 지역상인 단체의 대표성을 가지고 있었지만, 소상공인연합회 부산시광역지회가 출범된 이후 법적 대표성의 의미는 사라졌으나 부산 정치권이나 시정부에서의 영향력은 막강하다. 대부분의 전통시

31) 소상공인연합회 전국 15개 광역지회장 중 과반수에 이르는 8명이 배동욱 회장 직무대행에 의해 6월 중 교체 완료됐었다는 게 비대위 주장이다. 현 소상공인연합회 운영규정 및 운영지침에 의하면 시군회장은 지역총회에서, 광역시도 회장(광역회장)은 시,구·군 지역 회장이 절차에 따라 지역총회를 거쳐 추천하며, 중앙회장이 위촉하게 되어 있다.

장 상인회장의 고령화로 인해 시장 혁신성이 떨어진 데다 온누리상품권을 사용할 수 있는 '골목형상점가' 단체 설립이 예상되고 대형유통업체 및 온라인쇼핑몰 등의 외부 환경이 급속하게 진행되는 변화에 대응할 필요가 있다.

(3) 외식업중앙회 부산지부

외식업에 종사하는 회원들의 권익 보호 및 복리 증진을 바탕으로 식문화 향상을 도모하기 위하여 1966년 대한요식업중앙회 부산시지부로 발족하였다가 여러 차례의 개칭을 거쳐 2011년 한국외식업중앙회 부산광역시지회로 현재의 단체명으로 개칭하였다. 지회장, 부지회장, 운영 위원, 감사로 구성되어 있으며 16개 구·군의 지부가 있다.

2) 부산지역단체

주요한 부산지역 대부분의 상인단체는 중앙회의 하부 조직 역할에 충실하여 소상공인이 처한 지역 현안에 대한 정책 개발에 고민하기 어려운 상황이다. (사)대한미용사중앙회 부산광역지회, (사)대한제과협회 부산시광역지회 등도 설립된 지 오래되었지만, 상층 집행부 위주의 단체 운영으로 인해 단체의 역사에 비해 지역 소상공인을 위한 독자적인 사업 추진이 어려웠고 이는 현장의 해당 소속 회원들의 만족도가 크게 떨어지는 원인이 되기도 했다. 소상공인연합회 부산시광역지회 뿐만 아니라 대부분 광역지회장의 선임권이 중앙회장에게 있어서 극심한 경영환경에 처한 지역 소상공인을 위한 정책을 발굴을 위한 조치가 필요하다.

(1) 중소상공인살리기협회

2008년 홈플러스 SSM 입점에 따른 지역상권의 피해(신기동 외, 2010)를 방지하기 위해 결성되어 활동하다가 2011년 부산시 인가 비영리 사단법인으로 등록했다. 대형유통기업의 유통시장 독점으로 삶의 터전을 잃어가는 중소상공인들의 권익을 보호하기 위한 부산지역의 독자적인 활동을 수행하며 회원들의 회비로 운영되고 있다.

협회는 고정적으로 회비를 내는 진성회원과 일반회원이 등록하여 활동하고 있

으며 이사회, 감사, 사무처와 16개 구·군별로 지부조직, 업종별 6개 분과, 사업별 위원회 및 대책 위원회로 활동하고 있다.

주된 활동으로는 중소상공인들을 위한 다양한 입법 활동, 유통법과 상생법에 근거한 대기업 입점저지사업, 불공정 상거래로 피해의 소상공인들의 피해 신고센터 운영, 협회원들의 시민의식 함양을 위한 교육사업 등이다.

주요 활동은 대형유통기업의 의무휴업과 영업시간 제한 입법화였으며 부산에서의 상인운동을 시발점으로 인천, 경남 등 다른 지역의 상인단체와의 결합을 통해 전국유통상인연합회를 결성해 전국적 규모의 상인운동을 전개하였다. 이후 전국적 연대가 필요한 국회 입법활동 및 대정부 정책을 요구하여 직업적이고 조직적인 파파라치들의 횡포에 의한 상인들의 피해를 세상에 알리고 행정소송 및 행정심판을 지원하여 상인들의 피해를 구제하였다.

전통상업보존구역에서의 대기업 입점을 막기 위한 다양한 운동을 전개로 이마트 노브랜드 등 입점 단계에서의 초기 대응을 통해 입점 포기시킨 사례만 해도 20여 차례이고 강력한 집회를 통해, 언론을 통한 여론화로, 행정관청에 대한 진정을 통해 부산지역에서의 대기업 진출을 최대한 억제하고 있으며 골목상권의 피해를 최소화하기 위한 사업조정제도를 활용하여 홈플러스, GS, 이마트 노브랜드, 이트레이더스 등 12건의 사업조정을 직접 진행했다.

지역경제 활성화 활동으로는 대형유통업체 등을 통한 지역 내 자금유출을 막고 지역선순환 경제를 구현하기 위해 지역화폐 발행을 촉구하여 동백전 탄생으로 이어졌고 중소자영업자를 위한 부산시의회 조례[32]를 통한 제도 마련을 하였다.

이러한 왕성한 대외 활동과는 이사회와 집행부 위주의 의사결정으로 인해 하부 조직의 자발적인 결합이 어렵고 큰 대외 투쟁력이 강해 외부환경요인이 발생하지 않을 경우, 내부 조직 결합이 어렵다. 일부 지부 외에는 지부조직 정착이 되지 않아 지부 자체의 활동이 미비하여 본부 사무처의 업무 과다로 이어진다. 또한, 협회의 조직력에 비해 지역에서 일어나는 다양한 고충을 처리함으로 인해 내부 교육사업 등을 하기도 쉽지 않다. 더욱 문제가 되는 건 이마트 노브랜드

32) 협회 주도로 마련된 주요한 조례는 부산광역시 지역화폐 이용 활성화에 관한 조례. 부산광역시 골목상권보호지구 지정 및 운영에 관한 조례, 부산광역시 납품도매업 지원에 관한 조례 등이 있다.

입점을 저지하기 위해 극단적인 정치적인 선택을 한 점은 협회의 가장 큰 부담으로 작용하고 있다. 시정부의 정치적인 지향에 따라 협회의 존재감이나 방향성이 달라질 수 있을 것으로 판단된다.

PUKYONG NATIONAL UNIVERSITY
부경대학교

제4장 부산지역 소상인의 의식 실태에 관한 실증연구

상인의식의 실태를 부산지역에 한정하여 조사하여 살펴보고자 한다.

제1절 조사방법론

1. 조사방법

1) 표본

표본은 소상인이 법적으로 상시근로자(사업주 포함) 5인 미만이므로 아르바이트 등 임시근로자를 포함하여 종사자 5인 미만의 소상인을 대상으로 하였다.

<표 4-1> 표본의 구성 (단위: %)

구분		구성비(%)	구분		구성비(%)
개인사업자 연령	20대	5.4	소유구분	자가	24.5
	30대	12.2		임대	75.5
	40대	27.3	가맹점 여부	가맹점임	22.1
	50대	39.0		가맹점 아님	77.9
	60대 이상	16.2	업종	음식료품소매업	28.8
개인사업자 성별	남	66.9		섬유/의복/신발소매업	5.4
	여	33.1		음식업	32.4
사업기간	1년 이하	6.1		종합소매업	17.8
	2~3년	15.5		개인서비스업	15.6
	4년~5년	16.2	종사자수	1명	10.1
	6년~10년	23.9		2명	32.0
	11년~20년	25.2		3명	16.4
	21년 이상	13.1		4명	22.7
표본수 444				5명	18.8

업종은 골목상권의 대표적인 소상인 업종인 소매업(음식료품, 섬유/의복/신발, 종합), 음식업, 개인 서비스업종으로 한정하였다. 지역은 상권을 동부산권(해운대구·수영구·기장군), 서부산권(사상구·사하구·강서구), 남부산권(남구·서구·동구·중구·영도구), 북부산권(북구·금정구), 중부산권(부산진구·연제구·동래구)이라는 5권역으로 나누어 20% 정도씩 구성하였다. 이러한 분포를 통해 표본이 모집단의 비율을 반영하고자 했으며 일반화할 가능성이 있다.

분석대상은 500명에게 배포하고 452부를 회수(회수율 90.4%)하여 작성이 부실한 8부를 제외한 444부이었으며 설문기간은 7월 21일~9월 10일까지였다.

2) 문항의 구성

<표 4-2> 문항표

변수	문항번호		비고
단체필요의식	1-1, 1-5, 1-8		윤영삼·Kyaw(2019), 유진선(2014)을 수정
단체대외의식	1-2, 1-4, 1-6, 1-9(R)		윤영삼·Kyaw(2019)을 수정
단체대내의식	1-3, 1-7(R)		윤영삼·Kyaw(2019)을 수정
정부편향의식	2-2, 2-6(R)		필자 작성
정의공정의식	2-3, 2-4		윤영삼·Kyaw(2019)을 수정
성장불호의식	2-8, 2-15(R)		윤영삼·Kyaw(2019)을 수정
정치필요의식	2-10(R), 2-11(R), 2-14		필자 작성
계급정체의식	2-12, 2-13		Mann(1973)과 윤영삼(2010)을 수정
계급대립의식	2-1, 2-7		Mann(1973)과 윤영삼(2010)을 수정
경쟁불호의식	2-5(R), 2-9		Callinicos(2003)
집단주의의식	3-1, 3-9		윤영삼(2013)
권위주의의식	3-2, 3-4, 3-5, 3-6, 3-7, 3-8		윤영삼(2013)
내부귀인의식	3-3, 3-10		필자 작성
장기지향의식	3-11		김경태·노희천(2019)
정보필요의식	3-12		김정유(2011)
직업저평가의식	3-13, 3-14(R)		필자 작성
단체몰입	단체에 대한 충성심	4-1, 2	손헌일·윤영삼(2011)
	단체를 위한 책임감	4-3, 8	
	단체를 위한 활동의지	4-5, 6	
	단체에 대한 규범적 몰입	4-7, 9	
	단체에 대한 수단적 몰입	4-4, 10	

문항표는 <표 4-2>이다.

인구통계변수로 연령, 성별, 사업기간, 점포소유여부, 가맹점여부, 업종, 종사자수를 설정하였다.

제2절 부산지역 소상인의 의식에 대한 설문조사결과

부산지역 소상인의 의식별 평균과 표준편차를 종합적으로 제시한 결과가 <표 4-3>인데, 인구통계집단 간에 통계적으로 유의미한 차이가 있는지 분산분석(ANOVA) 결과를 토대로 의식별로 살펴보고자 한다.

<표 4-3> 변수의 평균과 표준편차

변수	평균	표준편차	변수	평균	표준편차
단체필요의식	4.774	0.992	경쟁불호의식	3.258	0.826
단체대외의식	4.148	0.677	집단주의의식	3.278	1.003
단체대내의식	4.763	0.915	권위주의의식	2.950	0.824
정부편향의식	4.043	0.860	내부귀인의식	3.660	0.889
정치필요의식	3.947	1.030	장기지향의식	4.779	1.058
정의공정의식	4.584	1.316	정보필요의식	4.862	1.154
성장불호의식	3.871	0.834	직업저평가의식	3.450	0.982
계급정체의식	4.154	0.964	단체몰입	4.058	0.836
계급대립의식	4.625	0.993			

주: 6점 척도

1. 단체필요의식

단체필요의식의 평균은 4.774로 전체 변수 중 가장 높다. 불완전한 현실에 대한 문제의식과 미래를 위해 단체의 필요성을 느끼는 것으로 보인다. 문항내용을 고려할 때, 단체가입의 필요성은 높으나 단체가입의 당위성(4.468)은 상대적으로 낮다.

인구통계변수 평균값 기준으로 통계적으로 유의미한 결과를 보면 사업자연령 중 40대와 50대가 높고 30대는 상대적으로 낮다. 사업기간은 11~20년에서 높

고 3년 이하 구간이 상대적으로 낮다. 종사자수 5인 구간에서 높고 2인 구간에서 상대적으로 낮다. 성별, 점포소유형태, 가맹점 여부, 업종에 따른 차이는 없는 것으로 나타났다.

<표 4-4> 인구통계변수별 단체필요의식의 평균값

구분	t/F(p)	Scheffè	평균	범주					
사업자 연령	5.163 (.000)	b<c,d	평균	20대	30대	40대	50대	60대 이상	
			4.774	4.444	4.296	4.815	4.934	4.791	
사업자 성별	.395 (.693)	-	평균	남			여		
			4.774	4.787			4.748		
사업 기간	4.466 (.001)	a,b<e	평균	1년 이하	2~3년	4~5년	6~10년	11~20년	21년 이상
			4.774	4.308	4.439	4.800	4.776	5.023	4.873
점포소 유형태	.537 (.592)	-	평균	자가			임대		
			4.774	4.822			4.763		
가맹점 여부	-1.448 (.148)	-	평균	가맹점임			가맹점이 아님		
			4.774	4.646			4.811		
업종	1.572 (.181)	-	평균	음식료품소매업	섬유의복신발소매업	음식업	종합소매업	개인서비스업	
			4.774	4.849	4.583	4.703	4.957	4.642	
종사자 수	3.299 (.011)	b<e	평균	1	2	3	4	5	
			4.774	4.674	4.636	4.799	4.722	5.108	

2. 단체대외의식

단체대외의식의 평균은 4.148로 평균보다 높은 편이다. 외부 투쟁 등 영업개선을 위한 단체행동의 필요성과 상황에 대한 문제의식과 미래를 위해 강한 단체의 필요성을 의식하는 것이다. 문항 내용을 고려할 때, '정부에의 투쟁'에 대한 긍정의식이 4.135로 높은 편이나 '정부에의 협력'에 대한 부정의식이 2.993으로 낮은 편이라는 점에서 이중의식[33]을 가지고 있는 것으로 나타났다. 인구통계변수 평균값 기준으로 통계적으로 유의미한 결과를 보면 인구통계집단별 차이가 없는 것으로 나타났다.

33) 노사관계에서 연구된 이중몰입과 유사한 것인데, 이중몰입에 대해서는 손헌일·윤영삼(2011)을 참고할 것.

<표 4-5> 인구통계변수별 단체대외의식의 평균값

구분	t/F(p)	Scheffè	평균	범주					
사업자 연령	.438 (.781)	-	평균	20대	30대	40대	50대	60대 이상	
			4.148	4.135	4.088	4.113	4.199	4.135	
사업자 성별	.089 (.929)	-	평균	남		여			
			4.148	4.150		4.144			
사업 기간	1.015 (.408)	-	평균	1년 이하	2~3년	4~5년	6~10년	11~20년	21년 이상
			4.148	4.074	4.043	4.128	4.125	4.256	4.168
점포소 유형태	-.036 (.972)	-	평균	자가		임대			
			4.148	4.144		4.147			
가맹점 여부	-.381 (.704)	-	평균	가맹점임		가맹점이 아님			
			4.148	4.122		4.151			
업종	.694 (.597)	-	평균	음식료품소매업	섬유의복신발소매업	음식업	종합소매업	개인서비스업	
			4.148	4.142	3.989	4.191	4.186	4.083	
종사자 수	1.651 (.160)	-	평균	1	2	3	4	5	
			4.148	4.166	4.102	4.191	4.056	4.292	

3. 단체대내의식

<표 4-6> 인구통계변수별 단체대내의식의 평균값

구분	t/F(p)	Scheffè	평균	범주					
사업자 연령	1.173 (.322)	-	평균	20대	30대	40대	50대	60대 이상	
			4.763	4.916	4.527	4.772	4.783	4.826	
사업자 성별	-.029 (.977)	-	평균	남		여			
			4.763	4.762		4.765			
사업 기간	.905 (.478)	-	평균	1년 이하	2~3년	4~5년	6~10년	11~20년	21년 이상
			4.763	4.407	4.788	4.784	4.797	4.799	4.741
점포소 유형태	-.073 (.942)	-	평균	자가		임대			
			4.763	4.756		4.764			
가맹점 여부	-2.540 (.011)	-	평균	가맹점임		가맹점이 아님			
			4.763	4.556		4.821			
업종	.741 (.564)	-	평균	음식료품소매업	섬유의복신발소매업	음식업	종합소매업	개인서비스업	
			4.763	4.812	4.500	4.722	4.791	4.818	
종사자 수	.765 (.549)	-	평균	1	2	3	4	5	
			4.763	4.833	4.721	4.726	4.703	4.903	

단체대내의식의 전체 평균은 4.763으로 전체 변수 중 높은 편이다. 상인 단체 회장의 중요성과 민주적 운영의 상반된 논리에 대한 고민은 불완전한 상업 특성상 갈등을 해소하지 못하는 것으로 보인다. 문항 내용을 고려할 때, '민주적 운영(가능성)'에 대한 긍정의식이 4.445로 높으나 비민주적일 수 있는 '회장의 중요성'에 대한 긍정의식이 5.081로 매우 높다는 점에서 이중의식을 가지고 있는 것으로 나타났다. 인구통계변수 평균값 기준으로 통계적으로 유의미한 결과를 보면 인구통계집단별 차이가 없는 것으로 나타났다.

4. 정부편향의식

정부편향의식의 전체 평균은 4.043으로 높은 편이다. 정부가 도매유통기업/대형마트자본을 편드는 경험을 반영하고 있다고 보인다. 또한, 정부의 소상인 정책에 대한 효용성 있는 지원의 체험이 없거나 기대가 크지 않아 정부 도움의 필요성을 느끼지 않는 것으로 추정할 수 있다. 인구통계변수 평균값 기준으로 통계적으로 유의미한 결과를 보면 인구통계집단별 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 4-7> 인구통계변수별 정부편향의식의 평균값

구분	t/F(p)	Scheffè	평균	범주					
사업자 연령	1.600 (.173)	-	평균	20대	30대	40대	50대	60대 이상	
			4.043	3.937	4.037	4.045	4.141	3.847	
사업자 성별	1.167 (.244)	-	평균	남			여		
			4.043	4.077			3.976		
사업 기간	.372 (.868)	-	평균	1년 이하	2~3년	4~5년	6~10년	11~20년	21년 이상
			4.043	3.944	3.985	4.006	4.028	4.120	4.086
점포소 유형태	-.055 (.956)	-	평균	자가			임대		
			4.043	4.045			4.051		
가맹점 여부	-1.109 (.268)	-	평균	가맹점임			가맹점이 아님		
			4.043	3.964			4.072		
업종	1.225 (.299)	-	평균	음식료품소매업	섬유의복신발소매업	음식업	종합소매업	개인서비스업	
			4.043	4.152	3.812	4.034	3.943	4.058	
종사자 수	.789 (.533)	-	평균	1	2	3	4	5	
			4.043	4.066	4.017	3.972	4.005	4.186	

5. 정치필요의식

정치필요의식의 전체 평균은 3.947로 그저 그렇다. 정치에 대한 불만과 정치세력화의 문제의식 필요성을 못 느낀 것으로 보인다. 문항 내용을 고려할 때, 민주당이나 국민의힘의 소상인정책에 대한 긍정의식이 4.0 내외이나 독자적인 정치세력화의 필요성은 3.799로 높지 않은 것으로 나타났다. 인구통계변수 평균값 기준으로 통계적으로 유의미한 결과를 보면 인구통계집단별 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 4-8> 인구통계변수별 정치필요의식의 평균값

구분	t/F(p)	Scheffè	평균	범주					
사업자 연령	2.397 (.056)	-	평균	20대	30대	40대	50대	60대 이상	
			3.947	4.013	4.000	3.947	4.025	3.675	
사업자 성별	-.677 (.499)	-	평균	남			여		
			3.947	3.924			3.981		
사업 기간	.473 (.797)	-	평균	1년 이하	2~3년	4~5년	6~10년	11~20년	21년 이상
			3.947	3.975	3.855	4.018	3.896	4.003	3.913
점포소 유형태	-1.732 (.084)	-	평균	자가			임대		
			3.947	3.825			3.985		
가맹점 여부	-1.098 (.273)	-	평균	가맹점임			가맹점이 아님		
			3.947	3.863			3.969		
업종	1.481 (.207)	-	평균	음식료품소매업	섬유의복신발소매업	음식업	종합소매업	개인서비스업	
			3.947	3.963	3.625	4.002	4.000	3.830	
종사자 수	.542 (.705)	-	평균	1	2	3	4	5	
			3.947	3.800	3.997	3.977	3.914	3.935	

6. 정의공정의식

정의공정의식의 전체 평균은 4.584로 높다. 특히 소득정의에 대한 문제의식을 느끼고 있는 것으로 보인다. 인구통계변수 평균값 기준으로 통계적으로 유의미한 결과를 보면 인구통계집단별 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 4-9> 인구통계변수별 정의공정의식의 평균값

구분	t/F(p)	Scheffè	평균	범주					
사업자 연령	.648 (.629)	-	평균	20대	30대	40대	50대	60대 이상	
			4.584	4.625	4.490	4.500	4.673	4.569	
사업자 성별	1.511 (.132)	-	평균	남		여			
			4.584	4.636		4.479			
사업 기간	.376 (.865)	-	평균	1년 이하	2~3년	4~5년	6~10년	11~20년	21년 이상
			4.584	4.425	4.594	4.500	4.589	4.607	4.698
점포소 유형태	-.213 (.831)	-	평균	자가		임대			
			4.584	4.568		4.593			
가맹점 여부	-.634 (.526)	-	평균	가맹점임		가맹점이 아님			
			4.584	4.525		4.600			
업종	1.228 (.298)	-	평균	음식료품소매업	섬유의복신발소매업	음식업	종합소매업	개인서비스업	
			4.584	4.710	4.458	4.590	4.582	4.384	
종사자 수	1.165 (.326)	-	평균	1	2	3	4	5	
			4.584	4.522	4.517	4.602	4.519	4.795	

7. 성장불호의식

<표 4-10> 인구통계변수별 성장불호의식의 평균값

구분	t/F(p)	Scheffè	평균	범주					
사업자 연령	1.696 (.150)	-	평균	20대	30대	40대	50대	60대 이상	
			3.871	3.833	3.500	3.876	3.890	4.111	
사업자 성별	2.789 (.006)	-	평균	남		여			
			3.871	3.993		3.625			
사업 기간	1.388 (.087)	-	평균	1년 이하	2~3년	4~5년	6~10년	11~20년	21년 이상
			3.871	3.703	3.623	3.902	3.660	4.089	4.172
점포소 유형태	.696 (.487)	-	평균	자가		임대			
			3.871	3.945		3.843			
가맹점 여부	.858 (.391)	-	평균	가맹점임		가맹점이 아님			
			3.871	3.969		3.840			
업종	1.725 (.143)	-	평균	음식료품소매업	섬유의복신발소매업	음식업	종합소매업	개인서비스업	
			3.871	3.976	3.625	3.868	4.050	3.565	
종사자 수	1.713 (.146)	-	평균	1	2	3	4	5	
			3.871	3.755	3.943	4.041	3.604	3.988	

성장불호의식의 전체 평균은 3.871로 그저 그렇다. 상업상의 불완전한 상황에 대한 문제의식으로 인해 성장보다는 소득분배의 필요성을 약간 자각하는 것으로 보인다. 인구통계변수 평균값 기준으로 통계적으로 유의미한 결과를 보면 인구통계집단별 차이가 없는 것으로 나타났다.

8. 계급정체의식

계급정체의식의 전체 평균은 4.154로 약간 높은 편이다. 불안정한 현실에 대한 문제의식과 미래를 위해 단결의 필요성을 느끼는 것으로 보인다. 문항 내용을 고려할 때, 타 업종의 소상인에 대해 '단결필요성'에 대한 긍정의식이 4.560으로 높으나 '동질감'에 대한 긍정의식은 3.747로 상대적으로 낮은 것으로 나타났다.

인구통계변수 평균값 기준으로 통계적으로 유의미한 결과를 보면 50대가 높고 30대가 상대적으로 낮다. 성별, 사업기간, 점포소유형태, 가맹점여부, 종사자수에 따른 차이는 없는 것으로 나타났다.

<표 4-11> 인구통계변수별 계급정체의식의 평균값

구분	t/F(p)	Scheffè	평균	범주					
사업자 연령	4.313 (.002)	b<d	평균	20대	30대	40대	50대	60대 이상	
			4.154	3.937	3.750	4.119	4.332	4.159	
사업자 성별	1.222 (.222)	-	평균	남			여		
			4.154	4.193			4.074		
사업 기간	2.593 (.025)	-	평균	1년 이하	2~3년	4~5년	6~10년	11~20년	21년 이상
			4.154	3.870	3.876	4.201	4.127	4.294	4.336
점포소 유형태	1.247 (.213)	-	평균	자가			임대		
			4.154	4.252			4.120		
가맹점 여부	-1.383 (.167)	-	평균	가맹점임			가맹점이 아님		
			4.154	4.035			4.187		
업종	2.761 (.027)	-	평균	음식료품소매업	섬유의복신발소매업	음식업	종합소매업	개인서비스업	
			4.154	4.293	3.645	4.180	4.158	4.014	
종사자 수	1.369 (.244)	-	평균	1	2	3	4	5	
			4.154	3.888	4.123	4.178	4.183	4.295	

9. 계급대립의식

계급대립의식의 전체 평균은 4.625로 전체 변수 중 높다. 대형마트자본에 대한 대립 경험과 외부환경에 대한 의식의 결과로 보인다. 문항 내용을 고려할 때, '대형마트 자본에 대한 대립성'에 대한 긍정의식이 4.867로 높으나 '도매유통 대기업에 대한 대립성'에 대한 긍정의식이 상대적으로 낮은 것으로 나타났다.

인구통계변수 평균값 기준으로 통계적으로 유의미한 결과를 보면 사업기간 11~20년 이상의 구간이 높고 상대적으로 2~3년 이하에서 낮다. 음식업과 종합소매업에서 높고 섬유의복신발소매업이 상대적으로 낮다. 성별, 점포소유형태, 가맹점 여부, 종사자수에 따른 차이는 없는 것으로 나타났다.

<표 4-12> 인구통계변수별 계급대립의식의 평균값

구분	t/F(p)	Scheffè	평균	범주					
사업자 연령	2.722 (.029)	-	평균	20대	30대	40대	50대	60대 이상	
			4.625	4.083	4.472	4.607	4.725	4.708	
사업자 성별	3.113 (.002)	-	평균	남			여		
			4.625	4.727			4.418		
사업 기간	3.971 (.002)	b<e,f	평균	1년 이하	2~3년	4~5년	6~10년	11~20년	21년 이상
			4.625	4.500	4.275	4.611	4.537	4.794	4.948
점포소 유형태	1.606 (.109)	-	평균	자가			임대		
			4.625	4.761			4.585		
가맹점 여부	-.565 (.572)	-	평균	가맹점임			가맹점이 아님		
			4.625	4.576			4.641		
업종	4.825 (.001)	b,c< a,d	평균	음식료품소매업	섬유의복신발소매업	음식업	종합소매업	개인서비스업	
			4.625	4.835	4.354	4.388	4.816	4.601	
종사자 수	.510 (.728)	-	평균	1	2	3	4	5	
			4.625	4.633	4.577	4.643	4.569	4.753	

10. 경쟁불호의식

경쟁불호의식의 전체 평균은 3.258로 그저 그렇다. 자본주의의 속성으로 현실에서 벌어지는 경쟁에 대한 수긍의식보다는 부정의식이 많은 듯하다. 문항 내용

을 고려할 때, ‘경쟁의 바람직함’에 대한 긍정의식이 3.425로 ‘그저 그러함’이나 ‘경쟁없음의 바람직함’에 대한 긍정의식이 3.090으로 낮은 편이라는 점에서 이중의식을 갖는 것으로 나타났다.

인구통계변수 평균값 기준으로 통계적으로 유의미한 결과를 보면 인구통계집단별 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 4-13> 인구통계변수별 경쟁불호의식의 평균값

구분	t/F(p)	Scheffè	평균	범주					
사업자 연령	1.060 (.376)	-	평균	20대	30대	40대	50대	60대 이상	
			3.258	3.833	3.213	3.157	3.274	3.406	
사업자 성별	-2.155 (.032)	-	평균	남			여		
			3.258	3.196			3.384		
사업 기간	.211 (.958)	-	평균	1년 이하	2~3년	4~5년	6~10년	11~20년	21년 이상
			3.258	3.285	3.353	3.224	3.214	3.227	3.327
점포소 유형태	-.382 (.703)	-	평균	자가			임대		
			3.258	3.231			3.265		
가맹점 여부	.822 (.411)	-	평균	가맹점임			가맹점이 아님		
			3.258	3.326			3.234		
업종	2.375 (.051)	-	평균	음식료품소매업	섬유의복신발소매업	음식업	종합소매업	개인서비스업	
			3.258	3.242	3.413	3.122	3.376	3.383	
종사자 수	1.941 (.103)	-	평균	1	2	3	4	5	
			3.258	3.038	3.369	3.314	3.153	3.265	

11. 집단주의의식

집단주의의식의 전체 평균은 3.278로 ‘그저 그렇다’보다 약간 낮은 편이다. 개인 희생을 통한 집단의 목표 달성에는 약간 부정적인 모습이다.

인구통계변수 평균값 기준으로 통계적으로 유의미한 결과를 보면 사업기간 11~20년 구간에서 높고 3년 이하 구간에서 상대적으로 낮다. 사업자연령, 성별, 점포소유형태, 가맹점 여부, 업종, 종사자수에 따른 차이는 없는 것으로 나타났다.

<표 4-14> 인구통계변수별 집단주의의식의 평균값

구분	t/F(p)	Scheffè	평균	범주					
사업자 연령	2.839 (.025)	-	평균	20대	30대	40대	50대	60대 이상	
			3.278	2.750	3.111	3.392	3.355	3.201	
사업자 성별	2.877 (.004)	-	평균	남			여		
			3.278	3.373			3.085		
사업 기간	4.521 (.000)	a,b<e	평균	1년 이하	2~3년	4~5년	6~10년	11~20년	21년 이상
			3.278	2.907	3.014	3.263	3.311	3.598	3.103
점포소 유형태	.993 (.321)	-	평균	자가			임대		
			3.278	3.362			3.252		
가맹점 여부	.786 (.432)	-	평균	가맹점임			가맹점이 아님		
			3.278	3.352			3.261		
업종	.984 (.416)	-	평균	음식료품소매업	섬유의복신발소매업	음식업	종합소매업	개인서비스업	
			3.278	3.347	3.125	3.204	3.417	3.195	
종사자 수	1.189 (.315)	-	평균	1	2	3	4	5	
			3.278	3.133	3.172	3.349	3.410	3.313	

12. 권위주의의식

<표 4-15> 인구통계변수별 권위주의의식의 평균값

구분	t/F(p)	Scheffè	평균	범주					
사업자 연령	1.350 (.251)	-	평균	20대	30대	40대	50대	60대 이상	
			2.950	2.979	3.104	2.917	2.869	3.074	
사업자 성별	1.168 (.243)	-	평균	남			여		
			2.950	2.982			2.885		
사업 기간	.587 (.710)	-	평균	1년 이하	2~3년	4~5년	6~10년	11~20년	21년 이상
			2.950	3.006	2.963	3.000	2.861	3.020	2.873
점포소 유형태	1.324 (.186)	-	평균	자가			임대		
			2.950	3.042			2.922		
가맹점 여부	1.103 (.271)	-	평균	가맹점임			가맹점이 아님		
			2.950	3.035			2.931		
업종	.210 (.933)	-	평균	음식료품소매업	섬유의복신발소매업	음식업	종합소매업	개인서비스업	
			2.950	2.947	2.895	2.916	2.976	3.014	
종사자 수	.439 (.619)	-	평균	1	2	3	4	5	
			2.950	2.696	2.881	3.130	3.120	2.841	

권위주의의식의 전체 평균은 2.950으로 전체 상인의식 중에서 가장 낮은 편이다. 인구통계변수 평균값 기준으로 통계적으로 유의미한 결과를 보면 인구통계 집단별 차이가 없는 것으로 나타났다.

13. 내부귀인의식

내부귀인의식의 전체 평균은 3.660으로 '그저 그렇다'보다 약간 높은 편이다. 문항내용을 고려할 때, 내부귀인의식이 '과거와 현재'에 대해서는 3.036으로 낮은 편이나 '미래'에 대해서는 4.284로 높다는 점에서 이중의식을 갖는 것으로 나타났다.

인구통계변수 평균값 기준으로 통계적으로 유의미한 결과를 보면 인구통계집단별 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 4-16> 인구통계변수별 내부귀인의식의 평균값

구분	t/F(p)	Scheffè	평균	범주					
사업자 연령	1.360 (.247)	-	평균	20대	30대	40대	50대	60대 이상	
			3.660	3.260	3.722	3.648	3.708	3.652	
사업자 성별	2.595 (.010)	-	평균	남		여			
			3.660	3.738		3.506			
사업 기간	.696 (.627)	-	평균	1년 이하	2~3년	4~5년	6~10년	11~20년	21년 이상
			3.660	3.538	3.821	3.645	3.693	3.696	3.775
점포소 유형태	1.131 (.259)	-	평균	자가		임대			
			3.660	3.743		3.632			
가맹점 여부	-.486 (.627)	-	평균	가맹점임		가맹점이 아님			
			3.660	3.622		3.672			
업종	1.164 (.326)	-	평균	음식료품소매업	섬유의복신발소매업	음식업	종합소매업	개인서비스업	
			3.660	3.793	3.500	3.607	3.588	3.669	
종사자 수	.930 (.446)	-	평균	1	2	3	4	5	
			3.660	3.556	3.573	3.719	3.698	3.771	

14. 장기지향의식

장기지향의식의 전체 평균은 4.779로 높다. 단기만을 생각하는 것이 아니라 현실을 극복하기 위한 미래를 향한 장기적인 고민도 하는 것으로 보인다.

인구통계변수의 평균값 기준으로 통계적으로 유의미한 결과를 보면 음식료품 소매업이 가장 높으며 섬유의복신발소매업이 상대적으로 낮다. 나머지 인구통계 변수들에서는 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 4-17> 인구통계변수별 장기지향의식의 평균값

구분	t/F(p)	Scheffè	평균	범주					
사업자 연령	1.652 (.160)	-	평균	20대	30대	40대	50대	60대 이상	
			4.779	4.375	4.703	4.826	4.878	4.652	
사업자 성별	3.329 (.001)	-	평균	남			여		
			4.779	4.895			4.544		
사업 기간	1.002 (.416)	-	평균	1년 이하	2~3년	4~5년	6~10년	11~20년	21년 이상
			4.779	4.666	4.594	4.680	4.820	4.892	4.879
점포소 유형태	-.710 (.478)	-	평균	자가			임대		
			4.779	4.715			4.798		
가맹점 여부	-1.459 (.145)	-	평균	가맹점임			가맹점이 아님		
			4.779	4.642			4.819		
업종	6.824 (.000)	b,e<a	평균	음식료품소매업	섬유의복신발소매업	음식업	종합소매업	개인서비스업	
			4.779	5.062	4.041	4.819	4.708	4.507	
종사자 수	.613 (.654)	-	평균	1	2	3	4	5	
			4.779	4.733	4.690	4.876	4.772	4.879	

15. 정보필요의식

정보필요의식의 전체 평균은 4.862로 전체 상인의식 중에서 가장 높다. 다양한 정보를 통해 현실에 대한 극복 의지를 느끼는 것으로 보인다.

인구통계변수 평균값 기준으로 통계적으로 유의미한 결과를 보면 음식료품소매업이 가장 높으며 섬유의복신발소매업이 상대적으로 낮다. 종사자수 5인 구간이 높고 2인 구간이 상대적으로 낮다. 사업자연령, 성별, 사업기간, 점포소유형태, 가맹점여부에 따른 차이는 없는 것으로 나타났다.

<표 4-18> 인구통계변수별 정보필요의식의 평균값

구분	t/F(p)	Scheffè	평균	범주					
사업자 연령	1.886 (.113)	-	평균	20대	30대	40대	50대	60대 이상	
			4.862	4.750	4.833	5.074	4.838	4.625	
사업자 성별	1.734 (.084)	-	평균	남		여			
			4.862	4.929		4.727			
사업 기간	.747 (.589)	-	평균	1년 이하	2~3년	4~5년	6~10년	11~20년	21년 이상
			4.862	4.703	4.652	4.930	4.877	4.937	4.931
점포소 유형태	-1.024 (.307)	-	평균	자가		임대			
			4.862	4.770		4.900			
가맹점 여부	-1.206 (.228)	-	평균	가맹점임		가맹점이 아님			
			4.862	4.744		4.904			
업종	3.254 (.012)	b<a	평균	음식료품소매업	섬유의복신발소매업	음식업	종합소매업	개인서비스업	
			4.862	5.046	4.208	4.770	4.974	4.811	
종사자 수	2.617 (.035)	b<e	평균	1	2	3	4	5	
			4.862	4.844	4.697	4.821	4.851	5.204	

16. 직업저평가의식

<표 4-19> 인구통계변수별 직업저평가의식의 평균값

구분	t/F(p)	Scheffè	평균	범주					
사업자 연령	1.218 (.302)	-	평균	20대	30대	40대	50대	60대 이상	
			3.450	3.062	3.500	3.458	3.436	3.562	
사업자 성별	.946 (.345)	-	평균	남		여			
			3.450	3.481		3.387			
사업 기간	1.343 (.245)	-	평균	1년 이하	2~3년	4~5년	6~10년	11~20년	21년 이상
			3.450	3.185	3.376	3.597	3.339	3.558	3.474
점포소 유형태	-.503 (.615)	-	평균	자가		임대			
			3.450	3.403		3.458			
가맹점 여부	.917 (.360)	-	평균	가맹점임		가맹점이 아님			
			3.450	3.525		3.423			
업종	.138 (.968)	-	평균	음식료품소매업	섬유의복신발소매업	음식업	종합소매업	개인서비스업	
			3.450	3.433	3.500	3.475	3.474	3.384	
종사자 수	1.322 (.261)	-	평균	1	2	3	4	5	
			3.450	3.400	3.542	3.493	3.267	3.506	

직업저평가의식의 전체 평균은 3.450으로 '그저 그렇다' 정도이다. 자신의 상황과 미래를 종합적으로 판단할 때 긍정도 부정도 아닌 지금껏 해오던 방식에 익숙한 듯하다. 문항내용을 고려할 때, '소상인이 잘 살 수 있음'에 대한 긍정의식이 3.162로 낮은 편이고 '중소기업노동자보다 나음'에 대한 긍정의식이 3.262로 낮은 편이다.

인구통계변수 평균값 기준으로 통계적으로 유의미한 결과를 보면 인구통계집단별 차이가 없는 것으로 나타났다.

17. 단체몰입[34)]

<표 4-20> 인구통계변수별 단체몰입의 평균값

구분	t/F(p)	Scheffè	평균	범주					
사업자 연령	1.903 (.109)	-	평균	20대	30대	40대	50대	60대 이상	
			4.058	3.779	3.959	3.994	4.175	4.054	
사업자 성별	1.733 (.084)	-	평균	남		여			
			4.058	4.107		3.961			
사업 기간	3.829 (.002)	b<e,f	평균	1년 이하	2~3년	4~5년	6~10년	11~20년	21년 이상
			4.058	4.077	3.750	3.973	4.026	4.202	4.303
점포소 유형태	.983 (.326)	-	평균	자가		임대			
			4.058	4.128		4.037			
가맹점 여부	-1.090 (.276)	-	평균	가맹점임		가맹점이 아님			
			4.058	3.980		4.084			
업종	4.559 (.001)	b,c<a	평균	음식료품소매업	섬유의복신발소매업	음식업	종합소매업	개인서비스업	
			4.058	4.248	3.695	3.891	4.093	4.142	
종사자 수	2.630 (.034)	-	평균	1	2	3	4	5	
			4.058	3.888	4.010	3.934	4.105	4.285	

단체몰입의 전체 평균은 4.058로 높은 편이다. 상인단체에 몰입하고 있는 편이나 높일 필요도 나타내고 있는 것으로 보인다. 하위변수의 평균값(<표 4-20> 참조)을 볼 때, 단체가 자기이해관계를 실현해 줌을 바탕으로 하는 충성심의 정

34) 단체몰입은 의식은 아니지만, 실태로서 분석하였다. 단체활동이 미약한 상황에서 단체소속여부도 불명확한 상황에서 응답한 경우가 일부 포함되어 있다.

도를 나타내는 하위변수인 '단체에 대한 수단적 몰입'이 상대적으로 높다.

인구통계변수 평균값 기준으로 통계적으로 유의미한 결과를 보면 사업기간 11~20년 이상의 구간에서 높았지만 2~3년 구간에서 상대적으로 낮은 편이다. 음식료품소매업이 높았으며 섬유의복신발소매업이 상대적으로 낮았다. 성별, 사업자 연령, 소유형태, 가맹점여부, 종사자수에 따른 차이는 거의 없는 것으로 나타났다.

단체몰입의 하위변수로 단체에 대한 충성심, 규범적 몰입, 수단적 몰입과 그리고 단체를 위한 책임감, 단체를 위한 활동의지의 항목 중에서 자신의 상업적 이해관계를 실현해 줌을 바탕으로 하는 단체에 대한 충성심의 정도(4.269)가 가장 높았고 특히 세부적인 문항별로 확인해보면 자신이 소속된 상인단체가 회원의 권익을 위한 좋은 단체라고 생각하는 평균값(4.315)이 가장 높게 나타났다. 반면에 회원으로서 일상적인 의무와 책임을 수행하려는 의사의 정도인 단체를 위한 책임감(3.951)이 가장 낮게 나타났다.

<표 4-21> 단체몰입의 하위변수/문항별 평균값

변수	조작적 정의	평균	문항	평균
단체에 대한 충성심	회원으로서 단체의 주장을 우선적으로 존중하며 단체의 권유사항에 적극적으로 임하는 정도	3.965	귀하소속상인단체가 권유하면 추가적 노력을 요하는 특별한 일(인터뷰, 사회봉사 등)도 할 작정이십니까?	4.058
			귀하소속상인단체의 주장이 귀하와 달라도 소속단체의 주장을 우선적으로 존중할 것입니까?	3.871
단체를 위한 책임감	회원으로서 일상적인 의무와 책임을 수행하려는 의사의 정도	3.951	귀하소속상인단체가 집회를 개최한다면 참석하는 것은 회원의 의무라고 생각합니까?	3.950
			귀하소속상인단체가 선거나 정책토론회 등을 한다면 참석하는 것은 회원의 당연한 의무라고 생각합니까?	3.952
단체를 위한 활동의지	단체를 위해 특별한 일을 맡을 의지의 정도	4.075	귀하소속상인단체에서 하는 집회나 토론회 등에 참여할 것을 주변상인들에게 권하시겠습니까?	4.096
			귀하소속상인단체의 성공을 위해 회원의 의무 이상의 일(SNS활동 등)을 할 용의가 있습니까?	4.054
단체에 대한 규범적 몰입	단체의 필요성을 비롯한 상인운동에 대한 믿음의 정도	4.032	귀하는 다른 사람들과 귀하소속상인단체에 관해 이야기할 때 귀하소속상인단체를 옹호하려고 노력합니까?	4.229
			중요한 문제에 대한 귀하소속상인단체의 정책은 귀하의 견해와 대체로 일치합니까?	3.835
단체에 대한 수단적 몰입	단체가 자기이해관계를 실현해 줌을 바탕으로 하는 충성심의 정도	4.269	귀하가 경험해 본 결과, 귀하의 권익상 귀하소속상인단체의 회원으로 활동하는 것은 좋다고 생각합니까?	4.223
			귀하소속상인단체가 회원의 권익을 위해 애쓰는 좋은 단체라고 생각합니까?	4.315

제3절 소결

의식별 평균치를 전체적으로 보면, 단체(필요, 대외, 대내)의식, 정부편향의식, 정의공정의식, 계급(정체, 대립)의식, 장기지향의식, 정보필요의식이 4.0(6점 척도) 이상으로 높았으나 경쟁불호의식, 집단주의의식, 권위주의의식은 3.5(6점 척도) 미만으로 낮았다. 단체몰입은 4.1(6점 척도)로 높은 편이었는데, 전자의 의식들이 높은 점과 관련이 있는 것으로 추정된다.

의식별 평균치를 인구통계변수별 유의미한 차이를 중심으로 살펴본 결과는 아래의 <표 4-22>와 같다.

<표 4-22> 인구통계변수별 유의미한 차이의 요약

변수	평균	연령		사업기간		업종		종사자수	
		고	저	고	저	고	저	고	저
단체필요의식	4.8	40~50대	30대	11~20년	~3년	-	-	5인	2인
단체대외의식	4.1	-	-	-	-	-	-	-	-
단체대내의식	4.8	-	-	-	-	-	-	-	-
정부편향의식	4.0	-	-	-	-	-	-	-	-
정치필요의식	3.9	-	-	-	-	-	-	-	-
정의공정의식	4.6	-	-	-	-	-	-	-	-
성장불호의식	3.9		-	-	-	-	-	-	-
계급정체의식	4.2	50대	30대	-	-	-	-	-	-
계급대립의식	4.6	-	-	11년~	2~3년	음식업/종합소매업	섬의신	-	-
경쟁불호의식	3.2	-	-	-	-	-	-	-	-
집단주의의식	3.3	-	-	11~20년	~3년	-	-	-	-
내부귀인의식	3.7	-	-	-	-	-	-	-	-
권위주의의식	2.9	-	-	-	-	-	-	-	-
장기지향의식	4.8	-	-	-	-	음식료품소매업	섬의신/개인서비스업	-	-
정보필요의식	4.9	-	-	-	-	음식료품소매업	섬의신	5인	2인
직업저평가의식	3.5	-	-	-	-	-	-	-	-
단체몰입	4.1	-	-	11년~	2~3년	음식료품소매업	섬의신/음식업	-	-

주: 고저는 유의미한 차이가 나는 범주간의 상대적 의미임.
섬의신은 섬유의복신발소매업임.
성별/소유형태/가맹여부는 차이없음,

인구통계변수 평균값 기준으로 통계적으로 유의미한 결과를 기준으로 보면 사업자 연령별로 30대는 상인단체 관련된 의식이 상대적으로 낮게 나타났지만 50대가 일부 의식이 높다(30대 낮은 의식 2개, 50대 높은 의식 2개). 이러한 결과는 30대와는 달리 50대에서 사회적으로 가장 왕성한 활동을 통한 경험치에 의한 것으로 추정할 수 있다. 사업기간별은 11년 이상 구간에서 높은 의식은 4개 부분이었으며 3년 이하 구간에서 낮은 의식은 4개 부분이었다. 이러한 결과는 3년 이하의 구간과는 달리 11년 이상의 구간에서 사업상 습득한 인적·물적 경험치에 의한 것으로 추정할 수 있다. 업종에서는 음식료품소매업에서 일부 높고 섬유·의류·신발소매업이 일부 낮게 나타났다(높은 의식 3개. 낮은 의식 4개). 이러한 결과는 음식료품소매업과는 달리 섬유·의류·신발소매업에서 설문 응답자인 종사자 소상인 대부분이 여성인 점(전체 75%) 때문에 남성과 달리 상대적으로 단체활동이 덜한 결과에 의한 것으로 추정할 수 있다. 종사자수 5인 구간에서 일부 높았고 2인 구간에서는 일부 낮게 나타났다(높은 의식 2개. 낮은 의식 2개). 이러한 결과는 종사자수 2인과는 달리 종사자수 5인에서 시간적·경제적 여유가 상대적으로 나은 점 때문에 사회적 활동이 수월하여 다양한 단체활동을 한 결과에 의한 것으로 추정할 수 있다. 성별, 점포소유형태와 가맹점여부는 차이가 없는 것으로 나타났다.

인구통계변수별 단체필요의식에서 연령별 40~50대, 사업기간별 11년 이상 구간, 종사자 5인 구간의 단체필요의식이 높은 객관적인 데이터를 비추어 볼 때 이 구간에 속한 소상인을 대상으로 적극적인 소속 단체의 홍보 및 가입 유도에 대한 방안을 마련할 필요가 있다. 다만, 연령별 30대, 사업기간별 3년 이하, 종사자수 2인 구간에는 단체필요의식이 낮은 객관적인 데이터를 비추어 볼 때 사업에 직접적인 도움을 줄 만한 금융정보나 마켓팅 등 다양한 방안을 마련해 지속적으로 단체를 알릴 필요가 있다.

인구통계변수별 계급정체의식에서 연령별 30대 구간의 낮은 객관적인 데이터를 비추어 볼 때 단체는 영업을 통한 최소한의 소득수준 정도, 소상인의 현재 상황 등을 인식토록 하여 30대가 자신의 능력만으로 문제 해결이 어렵다는 것을 알리고 주변 종사자와의 협력을 통한 공동의 권익 도모가 필요하다는 내용을

알릴 필요가 있다.

인구통계변수별 계급대립의식에서 사업기간별 11년 이상, 음식업과 종합소매업의 의식이 높은 객관적인 데이터를 비추어 볼 때 이들 구간에 속한 소상인들의 거대자본에 의한 피해 경험을 사업기간별 2~3년, 섬유의복신발소매업 종사자들에게 인식시키고 이를 토대로 골목상권을 지킬 수 있도록 다양한 방안을 마련할 필요가 있다.

인구통계변수별 집단주의의식에서 사업기간별 3년 이하 구간에서 의식이 낮은 데이터와 사업기간별 11년 이상 구간에서 의식이 높은 테이터를 비교해 볼 때 의식 구간이 높은 구간을 집중적으로 조직할 필요가 있다.

인구통계변수별 장기지향의식과 정보필요의식에서 섬유의복신발소매업 종사자들의 의식이 낮은 것에서 볼 때 단체는 이들 구간에 속한 소상인들에게 장기적인 관점의 내외적 요인 제공과 정보비대칭을 극복할 방안을 마련할 필요가 있다.

인구통계변수별 단체몰입에서 11년 이상, 음식료품 소매업 구간에서 의식이 높은 조사결과를 볼 때 이들 구간에 속한 소상인들이 단체에서 임원 등 중책을 맡아 다양한 활동을 할 방안을 마련할 필요가 있다.

제5장 상인단체몰입에 영향을 미치는 상인의식에 관한 실증연구

제1절 실증연구모형과 가설

1. 실증연구모형

<그림 5-1> 실증연구모형

2. 실증연구가설

실증연구가설은 실증연구모형에 따라 상인의식들 각각의 단체몰입에 대한 영향에 관한 것이다. 실증연구가설의 도출에 있어서 상인의 의식에 관한 기존연구결과가 거의 없는 상황에서 기존에 많이 연구되어온 노동자의 의식에 관한 기존연구결과들을 활용하여 탐색적으로 도출하였다. 가설의 방향에 대해서는 상인의

의식이 단체몰입과 정(+)의 관계를 가질 것으로 판단되어 정(+)의 방향을 설정하였다.

가설 1. 단체필요의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설 2. 단체대외의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설 3. 단체대내의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설 4. 정부편향의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설 5. 정의공정의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설 6. 성장불호의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설 7. 정치필요의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설 8. 계급정체의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설 9. 계급대립의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설10. 경쟁불호의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설11. 집단주의의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설12. 내부귀인의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설13. 직업저평가의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

제2절 조사방법론

1. 조사방법

1) 표본

표본은 지역 상권을 동부산권(해운대구·수영구·기장군), 서부산권(사상구·사하구·강서구), 남부산권(남구·서구·동구·중구·영도구), 북부산권(북구·금정구), 중부산권(부산진구·연제구·동래구)이라는 5권역으로 나누어 20% 정도씩 구성하였다. 업종은 골목상권의 대표적인 소상인 업종인 소매업(음식료품, 섬유/의복/신발, 종합), 음식업, 개인 서비스업종으로 한정하였는데 골목상권 활성화에 더욱 큰 의미가 있다고 생각하기 때문이다. 소상인은 법적으로 상시근로자(사업주 포함)

5인 미만인 점으로 보아 아르바이트 등 임시근로자를 포함하여 종사자 5인 미만으로 하였다.

이러한 분포를 통해 표본이 모집단의 비율을 반영하고자 했으며 일반화할 가능성이 있다.

설문대상은 부산지역 소상인 중 500명에게 설문자료를 배포하여 이 중 452부를 회수하여 작성이 부실하거나 중심화 경향이 뚜렷한 설문지 8부는 폐기하고 444부를 채택하였으며 설문 기간은 7월 21일부터 9월 10일까지였다.

<표 5-1> 표본의 구성 (단위: %)

구분		구성비	구분		구성비
개인사업자 연령	20대	5.4	소유구분	자가	24.5
	30대	12.2		임대	75.5
	40대	27.3	가맹점 여부	가맹점임	22.1
	50대	39.0		가맹점 아님	77.9
	60대 이상	16.2	업종	음식료품소매업	28.8
개인사업자 성별	남	66.9		섬유/의복/신발소매업	5.4
	여	33.1		음식업	32.4
사업기간	1년 이하	6.1		종합소매업	17.8
	2~3년	15.5		개인서비스업	15.6
	4년~5년	16.2	종사자수	1명	10.1
	6년~10년	23.9		2명	32.0
	11년~20년	25.2		3명	16.4
	21년 이상	13.1		4명	22.7
표본수 : 444				5명	18.8

2) 문항의 구성

문항표는 <표 5-2>이며 인구통계변수로 연령, 성별, 사업기간, 점포소유여부, 가맹점여부, 업종, 종사자수를 설정하였다.

<표 5-2> 문항표

변수	문항번호	비고
단체필요의식	1-1, 1-5, 1-8	윤영삼·HtetMyet Sandy Kyaw(2019)을 수정
단체대외의식	1-2, 1-4, 1-6, 1-9(R)	윤영삼·HtetMyet Sandy Kyaw(2019)을 수정
단체대내의식	1-3, 1-7(R)	윤영삼·HtetMyet Sandy Kyaw(2019)을 수정
정부편향의식	2-2, 2-6(R)	필자 작성
정의공정의식	2-3, 2-4	윤영삼·HtetMyet Sandy Kyaw(2019)을 수정
성장불호의식	2-8, 2-15(R)	윤영삼·HtetMyet Sandy Kyaw(2019)을 수정
정치필요의식	2-10(R), 2-11(R), 2-14	필자 작성
계급정체의식	2-12, 2-13	Mann(1973)과 윤영삼(2010)을 수정
계급대립의식	2-1, 2-7	Mann(1973)과 윤영삼(2010)을 수정
경쟁불호의식	2-5(R), 2-9	Callinicos(2003)
집단주의의식	3-1, 3-9	윤영삼(2013)
내부귀인의식	3-3, 3-10	필자 작성
직업저평가의식	3-13, 3-14(R)	필자 작성
단체몰입	4-1~10	손헌일·윤영삼(2011)

인구통계학적 분석은 빈도분석으로 실행하였고 데이터 분석 전에 각 개별변수별로 기술통계분석을 통해서 전체적인 데이터의 분포를 이해하고 산출된 기초통계량을 통해 모집단의 특성을 유추하려고 했다. 이후 탐색적 요인분석을 했고 다음 가설검증을 위한 다중회귀분석을 실시했다.

설문항목에 대한 신뢰성 검증은 Cronbach α계수를 이용하였는데 본 연구에서 설문한 변수들이 0.6 이상으로 설문문항의 신뢰도가 있다고 할 수 있다.

타당도를 검증하기 위하여 탐색적 요인분석을 실시하였다. 모든 측정변수는 구성요인을 추출하기 위해서 주성분분석(principle component analysis)을 사용하였으며, 요인 적재치의 단순화를 위하여 직교회전방식(varimax)을 채택하였다. 요인과 문항의 선택 기준은 고유값(eigen value)은 1.0 이상, 요인 적재치는 0.40 이상이면 유의한 변수로 간주하고 0.50이 넘으면 중요한 변수로 본다. 따라서 본 연구에서는 이들의 기준에 따라 고유값이 1.0 이상, 요인 적재치 0.50 이상을 기준으로 하였다.

<표 5-3> 요인분석결과와 신뢰도분석결과

구분	단체	계급정체	계급대립	정부편향	정치필요	집단주의	내부귀인	성장불호	정의공정	경쟁불호	직업저평가	Cronbach α
단체대외1	.836	.002	.111	.067	-.033	-.031	.050	.011	.015	.000	.051	.711
단체필요1	.822	-.045	.108	.011	.038	-.010	.082	-.035	-.001	.041	.106	
단체필요2	.782	.115	.109	-.035	-.043	.115	.091	-.002	-.042	-.022	.074	
단체필요3	.736	-.037	.194	.070	.165	-.014	.040	.022	.067	-.125	.017	
단체대외2	.714	.069	.063	.101	-.058	-.016	-.001	.132	.132	-.043	-.087	
단체대외3	.632	.239	.148	-.153	-.062	-.039	-.103	-.099	.097	-.121	-.064	
단체대외4	.597	.201	-.208	.232	.166	-.063	-.050	.343	-.243	.345	-.112	
단체대내1	.572	-.052	-.094	-.039	-.109	.180	.037	-.098	.253	-.015	.050	
단체대내2	.569	.234	-.081	.063	-.057	.010	-.013	.169	-.218	-.060	.255	
계급정체1	.325	.782	.035	.142	.074	-.071	.447	.132	.172	-.028	-.004	.682
계급정체2	.152	.574	-.017	.164	-.073	.086	.020	.330	.312	.008	.051	
계급대립1	.300	.009	.740	-.028	.019	.035	-.060	.020	.117	.050	-.064	.814
계급대립2	.048	.213	.698	.003	.042	-.016	.047	.384	.043	-.219	-.037	
정부편향2	-.049	-.078	.028	.781	.485	-.050	-.146	-.018	.128	.477	.167	.709
정부편향1	.196	.082	-.106	.656	.356	-.002	-.057	.220	.330	.074	-.090	
정치필요1	.054	.021	.035	.132	.766	-.078	-.009	.026	-.182	.016	-.083	.691
정치필요3	.252	.264	.111	-.191	.651	.010	-.076	.187	.026	-.044	-.044	
정치필요2	-.074	.127	-.181	.090	.609	-.194	-.038	-.070	.253	.160	-.015	
집단주의2	.124	.060	-.116	-.046	-.035	.743	-.118	-.054	.158	-.041	-.342	.705
집단주의1	.170	.250	-.189	-.016	-.074	.537	-.105	-.039	.014	-.343	.002	
내부귀인1	.109	.025	-.054	.039	.054	-.078	.730	.063	.008	-.150	-.095	.698
내부귀인2	.082	-.195	.006	.080	-.146	.173	.689	.332	.125	.063	.010	
성장불호1	.077	.416	.337	.348	.101	.017	.015	.716	.026	-.052	.006	.673
성장불호2	.038	.101	.168	.038	.051	.036	.008	.611	.013	.077	.056	
정의공정2	.138	.201	.244	.099	-.146	-.071	.061	.071	.686	-.153	.111	.719
정의공정1	.238	.014	.243	.050	.030	.036	.110	.051	.638	-.011	-.018	
경쟁불호1	.001	-.076	-.045	-.010	-.024	-.105	-.052	.034	-.080	.636	.045	.678
경쟁불호2	.087	.327	-.049	-.125	-.415	-.112	-.109	-.086	.087	.586	.043	
직업저평가1	-.020	.359	.100	.101	.076	.193	-.258	.248	-.142	.051	.623	.638
직업저평가2	.069	.200	-.163	-.067	.343	-.375	-.234	.106	.128	.062	.555	

주: 요인추출방법:주성분분석, 회전방법: Kaiser정규화가 있는 베리멕스, Eigen value > 1.0

요인분석을 통해 하나의 요인 내에 묶인 항목들이 11개의 요인으로 묶여 요

인 간에 판별 타당성이 적용되었지만, 단체필요의식내에 묶인 단체대외의식과 단체대내의식의 두 요인을 탐색적으로 연구할 필요성이 있어 구분해 분석했다.

제3절 실증연구가설 검증결과

1. 기초통계분석결과

변수별 상관관계를 분석한 결과가 <표 5-4>이다. p<0.05에서 단체몰입과 유의적인 상관관계를 갖지 않은 변수는 정부편향의식, 성장불호의식, 경쟁불호의식, 직업저평가의식으로 나타났다.

<표 5-4> 변수별 상관관계표

구분	단체필요	단체대외	단체대내	정부편향	정의공정	성장불호	정치필요	계급정체	계급대립	경쟁불호	집단주의	내부귀인	직업저평가
단체필요	1	.566**	.552**	.176**	.301**	.147**	.166**	.415**	.331**	-.025	.215**	.077	.049
단체대외	.566**	1	.423**	.164*	.264**	.189**	.252**	.444**	.238**	.036	.127**	-.015	.184**
단체대내	.552**	.423**	1	.076	.315**	.004	.055	.293**	.185**	-.018	.135**	.105*	.010
정부편향	.176**	.164**	.076	1	.199**	.089	.244**	.132**	.324**	.050	-.102*	-.105*	.063
정의공정	.301**	.264**	.315**	.199**	1	.244**	.076	.400**	.364**	-.004	.093*	.079	.062
성장불호	.147**	.189**	.004	.089	.244**	1	.176**	.344**	.351**	.021	.118*	.003	.306**
정치필요	.166**	.252**	.055	.244**	.076	.176**	1	.220**	.108*	-.051	.001	-.170**	.242**
계급정체	.415**	.444**	.293**	.132**	.400**	.344**	.220**	1	.260**	.022	.227**	.124**	.166**
계급대립	.331**	.238**	.185**	.324**	.364**	.351**	.108*	.260**	1	-.053	.061	.090	.094*
경쟁불호	-.025	.036	-.018	.050	-.004	.021	-.051	.022	-.053	1	-.079	-.098*	.066
집단주의	.215**	.127**	.135**	-.102*	.093*	.118*	.001	.227**	.061	-.079	1	.247**	.076
내부귀인	.077*	-.015	.105*	-.105*	.079	.003	-.170**	.124**	.090	-.098*	.247**	1	-.154**
직업저평가	.049	.184**	.010	.063	.062	.306**	.242**	.166**	.094*	.066	.076	-.154**	1
단체몰입	.476**	.347**	.345**	.049	.199**	.039	.125**	.365**	.281**	-.072	.327**	.246**	-.058

주: *는 p<0.05, **는 p<0.01

각 변수 간의 상대적 영향력을 파악하기 위해 pearson 상관분석을 실시하여 각 변수 간의 상관관계를 알아보았다. 그 결과, 단체대외의식과 단체필요의식간의 상관관계 r= .566, p<0.01로 상관관계 중 가장 높은 정(+)적 관계로 나타났다. 반대로 내부귀인의식과 단체필요의식 간의 상관관계 r= .077, p<0.05로 상관관계 중 가장 낮은 정(+)적 관계로 보였다. 내부귀인의식과 정치필요의식 간의 상관관계 r= -.170, p<0.01로 상관관계 중 가장 높은 부(-)적 관계로 나타났다. 반대로 내부귀인의식과 경쟁불호의식 간의 상관관계 r= -.098, p<0.05로 상관관계 중 가장 낮은 부(-)적 관계로 보였다.

2. 가설검증결과

가설검증을 위해 다중회귀분석을 실시하였는데, 그 결과가 <표 5-5>이다. 전체 회귀식 검정에서 회귀모형은 P=.000에서 F값이 12.981의 수치를 보이고 있으며, 회귀식에 대한 설명력(R^2)이 38.1%이다.

<표 5-5>에서 보듯이, 인구통계변수들(연령, 성별, 사업기간, 소유구분, 가맹점여부, 업종 및 종사자수)는 단체몰입에 유의적인 정(+)의 영향을 유의확률 p<0.1에서도 미치지 않는 것으로 나타났다. 다시 말해서 인구통계변수들이 단체몰입에 유의미한 영향을 미치지 않은 것은 나타났다.

1) 가설1(단체필요의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.)에 대한 검증결과

단체필요의식은 단체몰입에 유의확률에서 유의적인 정(+)의 영향(p<0.05, β=.227, t=4.130)을 미치는 것으로 나타나 가설은 채택되었다. <표 5-5>에서 보듯이, 단체필요의식이 높을수록 단체몰입이 높은 것으로 나타났다. 이는 단체에 가입하여 자신의 권익을 보호받고자 하는 의식이 단체몰입에 유의하게 영향을 미치는 것으로 추측할 수 있다.

<표 5-5> 다중회귀분석결과

	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	VIF
	B	표준오차	베타			
(상수)	.751	.424		1.769	.078	
연령	-.017	.037	-.022	-.466	.641	1.532
성별	-.022	.073	-.012	-.305	.761	1.145
사업기간	.036	.028	.061	1.290	.198	1.546
소유구분	.002	.052	.001	.030	.976	1.101
가맹점여부	-.003	.078	-.001	-.037	.971	1.067
업종	-.012	.023	-.020	-.499	.618	1.050
종사자수	.030	.026	.047	1.188	.236	1.084
단체필요의식	.192	.046	.227	4.130	.000	2.058
단체대외의식	.108	.063	.087	1.723	.086	1.748
단체대내의식	.069	.044	.075	1.548	.122	1.609
정부편향의식	-.058	.042	-.060	-1.385	.167	1.259
정의공정의식	-.028	.037	-.035	-.775	.439	1.398
성장불호의식	-.080	.029	-.126	-2.792	.005	1.397
정치필요의식	.090	.043	.090	2.093	.037	1.254
계급정체의식	.137	.042	.158	3.227	.001	1.631
계급대립의식	.143	.039	.170	3.647	.000	1.485
경쟁불호의식	-.014	.040	-.014	-.358	.721	1.056
집단주의의식	.155	.035	.186	4.424	.000	1.201
내부귀인의식	.119	.039	.126	3.022	.003	1.189
직업저평가의식	-.085	.036	-.100	-2.367	.018	1.225

				통계량 변화량				
R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	R 제곱 변화량	F 변화량	df1	df2	유의확률 F 변화량
.617	.381	.352	.67400	.381	12.981	20	422	.000

	제곱합	자유도	평균 제곱	F	유의확률
회귀 모형	117.936	20	5.897	12.981	.000
잔차	191.707	422	.454		
합계	309.643	422			

2) 가설2(단체대외의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.)에 대한 검증결과

단체대외의식은 단체몰입에 유의확률에서 유의적인 정(+)의 영향($p<0.1$, β

=.087, t=1.723)을 미치는 것으로 나타나 가설은 채택되었다. <표 5-5>에서 보듯이, 단체대외의식이 높을수록 단체몰입이 높은 것으로 나타났다. 이는 자신의 점포 주변에서 일어나는 급변하고 위협적인 외부 환경 등에 대해 보호받을 수 있도록 정부나 지자체에 정책을 요구할 필요성으로 인한 단체몰입에 유의하게 영향을 미치는 것으로 추측할 수 있다.

3) 가설3(단체대내의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.)에 대한 검증결과

단체대내의식은 <표 5-5>에서 보듯이, 단체몰입에 유의확률에서 유의적인 정(+)의 영향($p<0.05$, $\beta=.075$, $t=1.548$)을 미치지 않는 것으로 나타나 가설은 기각되었다.

4) 가설4(정부편향의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.)에 대한 검증결과

정부편향의식은 <표 5-5>에서 보듯이, 단체몰입에 유의확률에서 유의적인 정(+)의 영향($p<0.05$, ($\beta=-.060$, $t=-1.358$)을 미치지 않는 것으로 나타나 가설은 기각되었다.

5) 가설5(정의공정의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.)에 대한 검증결과

정의공정의식은 <표 5-5>에서 보듯이, 단체몰입에 유의확률에서 유의적인 정(+)의 영향($p<0.05$, $\beta=-.035$, $t=-.775$)을 미치지 않는 것으로 나타나 가설은 기각되었다.

6) 가설6(성장불호의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.)에 대한 검증결과

성장불호의식은 단체몰입에 유의확률에서 유의적인 부(-)의 영향($p<0.05$, $\beta=-.126$, $t=-2.792$)을 미치는 것으로 나타나 가설은 기각되었다. <표 5-5>에서 보듯이, 성장불호의식이 높을수록 단체몰입이 낮은 것으로 나타났다.

7) 가설7(정치필요의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.)에 대한 검증결과

정치필요의식은 단체몰입에 유의확률에서 유의적인 정(+)의 영향($p<0.05$, $\beta=.090$, $t=2.093$)을 미치는 것으로 나타나 가설은 채택되었다. <표 5-5>에서 보듯이, 정치필요의식이 높을수록 단체몰입이 높은 것으로 나타났다. 이는 정치를 통해 정책이나 제도가 마련될 수 있다는 인식이 단체몰입에 유의하게 영향을 미치는 것으로 추측할 수 있다.

8) 가설8(계급정체의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.)에 대한 검증결과

계급정체의식은 단체몰입에 유의확률에서 유의적인 정(+)의 영향($p<0.05$, $\beta=.158$, $t=3.227$)을 미치는 것으로 나타나 가설은 채택되었다. <표 5-5>에서 보듯이, 계급정체의식이 높을수록 단체몰입이 높은 것으로 나타났다. 이는 상인으로 살면서 경험하게 되는 사농공상 등의 사회적 계급의 인식이 단체몰입에 유의하게 영향을 미치는 것으로 추측할 수 있다.

9) 가설9(계급대립의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.)에 대한 검증결과

계급대립의식은 단체몰입에 유의확률($p<0.05$, $\beta=.170$, $t=3.647$)에서 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설은 채택되었다. <표 5-5>에서 보듯이, 계급대립의식이 높을수록 단체몰입이 높은 것으로 나타났다. 이는 대형유통자본 등이 자신의 주변 상권에 진입하면서 상업상 대립적인 환경적인 요인이 단체몰입에 유의하게 영향을 미치는 것으로 추측할 수 있다.

10) 가설10(경쟁불호의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.)에 대한 검증결과

경쟁불호의식은 단체몰입에 유의확률에서 유의적인 정(+)의 영향($p<0.05$, $\beta=-.014$, $t=-.358$)을 미치지 않는 것으로 나타나 가설은 기각되었다.

11) 가설11(집단주의의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.)에 대한 검증결과

집단주의의식은 단체몰입에 유의확률에서 유의적인 정(+)의 영향($p<0.05$, $\beta=.186$, $t=4.424$)을 미치는 것으로 나타나 가설은 채택되었다. <표 5-5>에서 보듯이, 집단주의의식이 높을수록 단체몰입이 높은 것으로 나타났다. 이는 개인주의 의식이 확산되는 추세이지만, 단체행동의 필요성이 단체몰입에 유의하게 영향을 미치는 것으로 추측할 수 있다.

12) 가설12(내부귀인의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.)에 대한 검증결과

내부귀인의식은 단체몰입에 유의확률에서 유의적인 정(+)의 영향($p<0.05$, $\beta=126$, $t=3.022$)을 미치는 것으로 나타나 가설은 채택되었다. <표 5-5>에서 보듯이, 내부귀인의식이 높을수록 단체몰입이 높은 것으로 나타났다. 이는 노력에 따른 성공 및 결과를 자신의 탓으로 귀결하는 의식이 단체몰입에 유의하게 영향을 미치는 것으로 추측할 수 있다.

13) 가설13(직업저평가의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.)에 대한 검증결과

직업저평가의식은 단체몰입에 유의확률에서 유의적인 부(-)의 영향($p<0.05$, $\beta=-.100$, $t=-2.367$)을 미치는 것으로 나타나 가설은 기각되었다. <표 5-5>에서 보듯이, 직업저평가의식이 높을수록 단체몰입이 낮은 것으로 나타났다.

제4절 해석과 토의

대체로 가설이 입증되어 채택되었으나(<표 5-6> 참조) 가설이 입증되지 않아 기각된 설명변수를 중심으로 해석과 토의를 하고자 한다.

<표 5-6> 연구가설검증결과 요약표

번호	가설	채택여부
가설1	단체필요의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
가설2	단체대외의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
가설3	단체대내의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	기각
가설4	정부편향의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	기각
가설5	정의공정의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	기각
가설6	성장불호의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	기각
가설7	정치필요의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
가설8	계급정체의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
가설9	계급대립의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
가설10	경쟁불호의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	기각
가설11	집단주의의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
가설12	내부귀인의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
가설13	직업저평가의식은 단체몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	기각

첫째, 단체대내의식은 타 상인단체의 민주적 운영에 대한 불만이나 타 상인단체의 회장에 대한 회의나 실망감에 대한 경험으로 인한 결과로 추측할 수 있다.

둘째, 정부편향의식이 높을수록 단체몰입이 낮은 결과는 강한 단체로써 활동을 통한 제도적인 개선이 필요하지만, 한편으로는 손해 볼지도 모른다는 위축된 심리적인 영향으로 추측할 수 있다.

셋째, 정의공정의식이 높을수록 단체몰입이 낮은 결과는 경기침체와 코로나19의 장기화로 인해 소상인의 소득은커녕 생활비 조달도 되지 않은 상태에서 빚으로 상업을 유지하는 상황이 반영된 것으로 추측할 수 있다.

넷째, 성장불호의식은 유의적이지만, 단체몰입에 부(-)의 영향을 미쳐 기각되었으며 성장불호의식이 높을수록 단체몰입이 낮은 결과는 자신에게 돌아올 분배는 단체를 통해 마련할 수 없다는 것으로 추측할 수 있다.

다섯째, 경쟁불호의식이 유의적 영향을 미치지 않은 결과는 상인단체들이 영업의 개선에 별 도움을 주지 못하기 때문이라고 추측할 수 있다.

여섯째, 직업저평가의식은 유의적이지만, 단체몰입에 부(-)의 영향을 미쳐 기각되었으며 직업저평가의식이 높을수록 단체몰입이 낮은 결과는 장기간 경기침체로 인해 단체활동에 기대지 않고 자포자기한 심정일 것으로 추측할 수 있다.

제6장 맺음말

제1절 연구결과의 요약

본 연구는 부산 소상인의 의식실태를 실증연구하고 이런 다양한 상인의식이 상인단체몰입에 어떻게 영향을 미치는지를 실증연구분석을 통해 규명하였다. 부산 소상인의 의식실태와 상인의식의 단체몰입에 관해 분석함으로써 '상인단체들이 조직을 강화하기 위해 어떻게 관리해야 하는가?'에 대해 시사점을 제공하여 궁극적으로 상인단체 조직화에 기여하고자 하였다.

이러한 연구목적을 달성하기 위하여 상인의식과 단체몰입에 관한 선행연구들을 살펴보고 부산지역 소상인의 상업조건과 의견을 선행연구결과를 중심으로 살펴보고 상인의식을 정리하여 ① 단체필요의식, ② 단체대외의식, ③ 단체대내의식, ④ 정부편향의식, ⑤ 정의공정의식, ⑥ 성장불호의식, ⑦ 정치필요의식, ⑧ 계급정체의식, ⑨ 계급대립의식, ⑩ 경쟁불호의식, ⑪ 집단주의의식, ⑫ 내부귀인의식, ⑬ 직업저평가의식을 설정하였으며 실증연구로서 상인의식의 실태와 단체몰입에 영향을 미치는 상인의식에 관한 실증연구를 수행하였다.

부산에 거주하는 소상인 444명을 대상으로 설문조사를 실시하여 실태를 분석하고 연구가설을 검증하였다. 분석에 있어서 SPSS 통계프로그램을 이용하여 기술통계분석, 분산분석, 상관관계분석, 요인분석, 다중회귀분석을 실시하였다.

실증연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 상인의식 실태를 분석한 결과 의식별 평균치를 전체적으로 보면 단체(필요, 대외, 대내)의식, 정부편향의식, 공정정의의식, 계급(정체, 대립)의식, 장기지향의식, 정보필요의식은 높았으나 경쟁불호의식, 집단주의의식, 권위주의의식은 낮았으며, 단체몰입은 높은 편이었다. 의식별 평균치를 인구통계변수별 유의미한 차이 중심으로 살펴본 결과 성별, 점포소유형태, 가맹점여부에서는 차이가 없는 편이었지만, 연령, 사업기간, 업종, 종사자수에서 부분적으로 차이가 있

었다.

둘째, 단체몰입에 영향을 미치는 의식에 대한 검증결과로서 단체몰입에 정(+)의 영향을 미치는 의식은 단체필요의식, 단체대외의식, 정치필요의식, 계급정체의식, 계급대립의식, 집단주의의식, 내부귀인의식이었다.

제2절 시사점

1. 상인단체리더에 대한 시사점

소상인의 영업조건과 생활조건을 개선하기 위해서 요구되는 상인단체의 활성화에 있어서 단체리더의 리더십 관련 활동이 가장 중요하므로(윤영삼, 2005) 본 연구에서 수행한 의식실태와 단체몰입에 대한 의식요인에 관한 가설검증결과가 상인단체리더에게 시사하는 점을 제시하고자 한다.

첫째, 상인의식의 실태를 분석한 결과, 의식별 평균치를 전체적으로 볼 때, 낮은 의식으로 나타난 경쟁불호의식과 집단주의의식을 높여야 할 것이다.

둘째, 상인의식의 실태를 분석한 결과, 인구통계변수에 있어서 20대의 경우 전반적으로 상인단체와 관련된 의식이 상대적으로 낮다는 것을 고려했을 때 협회를 민주적으로 운영하는 것이 중요하고 이들 소상인 담당자를 두어 SNS 등의 홍보나 교육을 통해 의식을 높일 필요 있다. 여성의 경우, 전반적으로 상인단체 관련된 의식이 상대적으로 낮다는 것을 고려했을 때 담당자를 두어 SNS 등의 홍보나 교육을 통해 의식을 높일 필요가 있다. 사업기간 3년 이하의 소상인의 경우, 전반적으로 상인단체 관련된 의식이 상대적으로 낮다는 것을 고려했을 때 담당자를 두어 SNS 등의 홍보나 교육을 통해 의식을 높일 필요가 있다. 섬유의류신발소매업의 경우, 전반적으로 상인단체 관련된 의식이 상대적으로 낮다는 것을 고려했을 때 담당자를 두어 SNS 등의 홍보나 교육을 통해 의식을 높일 필요가 있다. 종사자 1인 소상인의 경우, 전반적으로 상인단체 관련된 의식이 상대적으로 낮다는 것을 고려했을 때 담당자를 두어 SNS 등의 홍보나 교육을 통해 의식을 높일 필요가 있다. 아울러 단체활동 주체는 남성, 사업기간

11년 이상, 5인 종사자수 구간이 될 가능성이 크다고 할 수 있다.

셋째, 단체몰입에 유의적인 영향을 주는 의식 중 높일 필요가 있는 의식은 단체대외의식(4.1), 계급정체의식(4.2), 집단주의의식(3.3), 내부귀인의식(3.7)이라는 점에서 상인교육이나 토론, 여론 환기, SNS 홍보 등을 통해 이러한 의식들을 높여야 단체몰입(4.1)의식을 높일 수 있을 것이다.

넷째, 단체몰입을 높일 방안을 상인의식별로 제시하면 다음과 같다. 단체필요의식의 경우 회원 서비스를 확대하고(임재우, 2015) 소상인 보호 방안과 소상인 단체 활성화 전망에 관해 교육, 토론, 여론 환기를 위한 SNS 등의 홍보를 통해 정보를 제공하고 대안으로서 단체필요성을 제시해야 한다. 단체대외의식의 경우 소상인 관련된 정부의 정책을 알리고 강한 단체가 될 수 있도록 교육, 토론, 여론 환기 등 SNS 등의 홍보를 통해 협회 중심으로 활동할 동기를 부여해야 한다. 정치필요의식의 경우 소상인 보호를 위해 정치적으로 소상인 입장 대변할 필요가 있음을 교육, 토론, 여론 환기 등 SNS 등의 홍보를 통해 인식시킨다. 계급정체의식의 경우 소상인 보호는 상인뿐만 아니라 다른 사회적 약자들 간에 단결하지 않으면 이루어질 수 없음을 교육, 토론, 여론 환기 등 SNS 등의 홍보를 통해 인식시킨다. 계급대립의식의 경우 대형유통자본과는 조건에 따라서 상생할 수도 있지만, 기본적으로 대립적 관계에 있으므로 투쟁 등을 해야 함을 교육, 토론, 여론 환기 등 SNS 등의 홍보를 통해 인식시킨다. 집단주의의식의 경우 상인 보호가 개인주의적 이기주의만으로는 한계가 있으며 집단주의적 활동을 통해 가능함을 교육, 토론, 여론 환기 등 SNS 등의 홍보를 통해 인식시킨다. 내부귀인의식의 경우 소상인이 어려운 이유가 상인 본인이 사회적으로 영향력 있는 활동을 하지 않았기 때문임을 교육, 토론, 여론 환기 등 SNS 등의 홍보를 통해 인식시킨다.

2. 정부(중앙정부/지방정부)에 대한 시사점

소상공인의 보호와 자주적 육성을 위한 종합적인 소상공인 시책, 소상공인 보호·육성에 필요한 재원을 지속적이고 안정적으로 확보해야 한다고 정부와 지방자치단체의 책무를 법으로 규정되어 있다[35]. 법은 제정되어 있으나. 만든 지 얼

마 되지 않아 정부와 지자체의 시행 의지가 강하지 못하니 소상공인들이 법에 따른 자신의 권리를 주장하고 제대로 환경을 만들어가야 한다.

상인 관련 의식과 관련하여 정부가 개입해 정책에 반영하는 건 사실상 쉽지 않다. 다만, 몇 가지의 의식과 관련된 부분에 정부의 정책이 필요하다. 현재의 직능별, 업종별, 상권별(전통시장상권과 골목상권) 관리·감독 부서가 각기 다른 점으로 인해 상인단체의 체계적인 현황 파악이 어렵다. 부산 소상인의 상인의식 실태와 단체몰입에 미치는 영향에 대한 본 연구결과를 참고하여 중앙정부 각 부처와 기관의 상시적인 협업을 할 수 있는 체계[36]를 마련해야 소상인단체를 위한 종합적인 제도 마련에 기틀을 다질 수 있을 것이다.

첫째, 단체필요의식이 높은 편이므로 정부는 상인단체 상근자를 현장 매니저로 활동할 수 있도록 지원할 필요가 있다. 또한, 상인단체가 지역화폐 활성화에 노력한다는 전제하에 지역화폐 사용액의 일정분을 상인단체에 재정 지원하여 공공쇼핑몰에 참여 및 운영하도록 한다면 상인단체의 조직화가 가능할 것으로 판단할 수 있다.

둘째, 단체대외의식이 높은 편임으로 정부는 소상인들의 요구를 더욱 적극적으로 반영해야 한다.

셋째, 계급대립의식이 높은 편임으로 정부는 대형유통자본이 ESG경영을 하도록 유도하고 소상인을 위한 규제를 마련할 필요가 있다.

넷째, 계급정체의식이 높은 편이므로 정부는 전통시장 중심의 지원으로 인해

---

35) 소상공인기본법 제3조에는 정부와 지자체의 책무를 규정하고 있다. 제19조 1항에는 정부는 소상공인이 서로 도와 그 사업의 성장·발전 및 비용의 절감을 기할 수 있도록 협업 조직의 구성과 그 운영의 합리화에 필요한 시책을 실시하여야 한다며 상인의 조직화 및 협업화에 대한 지원 정부의 책무가 규정되어 있다. 2항에는 소상공인 사이의 협업사업에 필요한 시책을 실시하여야 한다는 정부 책무에 대한 강제규정이 있다. 그러나 입법론적 과제도 많다(김선협, 2020). 소상공인 보호 및 지원에 관한 법률 제11조에는 소상공인의 조직화 및 협업화 지원, 제24조에는 소상공인연합회의 설립 및 운영 등 소상공인을 위한 조직화 지원사업에 대한 중소벤처기업부장관의 책무를 규정하고 있다.

36) 소상인을 위한 국책연구기관을 만들어야 한다(김상훈, 2020). 현재는 한국노동연구원에서 소상인을 포함하는 자영업자에 관해 연구하고 있으며 오상봉 외(2016) 등 16개의 연구보고서를 출간하였다.

상인 간 갈등을 유발하지 않도록 지원정책을 골목상권으로 다변화시켜야 하며, 소상인 사업장에 속한 노동자와의 갈등이 생기지 않고 상생할 수 있도록 임금보조 등으로 최저임금 정책을 보완할 필요성이 있다.

따라서 골목상권 활성화는 상인 조직화를 통해 상인의식과 단체몰입을 높이고 이들이 연대감을 가지고 협업하여 경쟁력을 높일 방안으로서 골목경제 공동체 의식을 함양시키기 위해 '골목형상점가' 제도를 적극 도입·활용해야 한다[37].

중앙정부는 시행규칙을 새로이 가다듬고 지정을 담당하는 지방정부 및 기초자치단체에서는 소극적으로 상인들의 지정 신청을 기다리기보다 적극적으로 나서서 행정지원 할 필요가 있다(이은미 외, 2014).

골목상권의 경우 기존 전통시장이나 상점가와는 달리 조직화에 대한 상인들의 의식 정도가 낮아서 사업 초기 회원들의 참여도가 낮다. 이에 반해 '골목형상점가' 지정을 받기 위해서는 수많은 행정서류를 준비하고 절차를 거쳐야 하니 상인들 스스로 해내기엔 무리가 따른다. 경기도의 시장상권진흥원 같은 지자체의 특성에 맞는 별도의 독립적인 상권 활성화를 위한 전담관리기구를 설치하는 것이 필요하다.

궁극적으로 상인의 의식화를 높이고 상인 리더를 발굴·육성하여 체계적인 교육 시스템을 통해 기존 상인단체 및 신흥 상인단체 간 융합의 틀이 마련되도록 하여 자발적인 지역 경제주체로서, 시민사회의 한 일원으로서 역할을 다하도록 하여야 한다.

제3절 연구의 한계점과 향후 연구의 방향

본 연구의 결과를 활용하는 데 있어서 다음의 한계점들을 고려해야 할 것이다.

첫째, 설문 조사방법이 갖는 기본적 한계를 갖고 있다.

둘째, 단체활동이 미약한 상황이어서 단체소속 여부도 불명확한 입장에서 단

37) '골목형상점가'제도는 골목상권을 활성화하기 위해 도입되었으나 골목형상점가 지정을 받기 위해서는 2000㎡ 이내의 면적에 30개 이상의 점포가 밀집해야 하고 토지 및 건물 소유자의 동의가 필요해 지정조건이 까다롭다.

체몰입에 대해 응답한 경우가 일부 포함되어 있을 수도 있다는 한계가 있다.

셋째, 상인의식이 종속변수에 미치는 영향에 관한 논리 추론에서 존재특성과 연관된 심리적 특성만을 주로 고려하였다는 한계가 있다.

넷째, 소상인 못지않게 디지털 산업발전의 영향을 받는 플랫폼 소상인 종사자와 지원정책이 전혀 없는 납품 소상인 종사자 등은 연구대상과 범위에 포함하지 않아 영세 소상인 전반적인 분야까지 진전시키지 못하고 기본적인 소상인 소매점 분야에 어떤 변화를 가져왔는지 살펴보고 분석하는데 그친 점이다.

이러한 한계점들을 극복하기 위해 향후 연구의 방향을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 향후 연구에서는 설문 조사방법의 기본 한계점을 극복하기 위한 소상인의 상업활동특성에 관해 객관적으로 측정하거나 소상인의 태도에 관한 자료를 대면 면접방법이나 참여 관찰방법 등을 사용하는 것이 필요하다.

둘째, 본 연구의 가설에 대해 다른 지역이나 전국적인 표본으로 실증연구해 보아야 할 것이다.

셋째, 상인의식의 실태에 있어서 인구통계집단별 차이의 원인에 대해서 원인을 추정했는데 추정의 타당성은 향후 실증연구를 통해 규명되어야 할 것이다.

넷째, 소상인의 태도에 영향을 미칠 수 있는 다른 특성들을 포함하여 종합적인 분석이 이루어져야 할 것이다.

다섯째, 골목상권의 상인, 플랫폼 소상인 종사자, 납품업자 등 다양한 소상인에 관한 연구가 필요하며 비교연구가 체계적으로 수행되어야 할 것이다.

참고문헌

권재열(1999), “상인의 개념, 종류 및 자격”, 관대논문집: 인문사회과학편, 27, 337-356.

김경태·노희천(2019), “장기지향성에 대한 시장반응”, 대한경영학회지, 32(3), 513-535.

김민수·전진호·임진(2014), “전통시장 상권 활성화에 대한 상인들의 의식구조 고찰”, Journal of distribution science, 12(2), 17-25.

김상훈(2020), “600만 소상공인 위한 국책연구기관 하나 없다”, 시사저널, 1614호, 68-69.

김선협(2020), “소상공인기본법 제정의 의의와 향후 입법론적 과제”, 사법, 51(1), 433-468.

김영준(2017), 골목의 전쟁: 소비시장은 어떻게 움직이는가.

김정유(2011), “정보화와 협회형성이론”, 정보통신정책연구, 18(3), 57-73.

김준기(2003), “사업자단체와 정부간의 관계에 대한 연구: 산업자원부 산하 조합 및 협회를 중심으로”, 규제연구, 12(2), 3-32.

김지선·이근모(2011), “한국프로야구선수협회 활동의 마르크스주의적 이해”, 한국스포츠사회학회지, 24(2), 199-216.

김천수(2014), “유통산업발전법의 유통업태 분류체계의 문제점 및 개선방안”, 법학연구(인하대), 17(2), 245-278.

김철식(2015), “표준화에 근거한 사업모델과 자영업자의 자본-노동관계로의 포섭: 프랜차이즈 편의점을 중심으로”, 경제와사회, 105, 170-200.

대한상공회의소(1984), “우리나라 상인의 의식구조: 확고한 직업의식 없이 생계수단으로”, 상의주보, 716, 18-23.

대한상공회의소(1998), 상인 의식구조 변화.

류명석(1996), 한국의 협회조직의 자율성과 적응능력에 관한 연구, 고려대 석사학위논문.

박노자(2008), “한국인, 정말 보수적인가”, 한겨레신문, 2008.9.16.

박보경(2010), 노동시장에서의 배제 정도와 정치성향에 관한 연구: 실업자와 자영업자를 중심으로, 연세대 석사학위논문.

박제성·강성태·유성재·박은정(2019), 자영업자 사회법제 연구, 한국노동연구원.

서용구·한경동(2015), “대형마트 출점이 주변상권에 미치는 영향”, 유통연구, 20(2), 47-64.

소상공인시장진흥공단(2020),「전통시장·상점가및점포경영실태조사」.

손헌일·윤영삼(2011), “이중몰입의 노조관련행동지향성에 대한 영향”, 인적자원관리연구, 18(1), 215-232.

송호근·유형근(2010), “한국 노동자의 계급의식 결정요인: 울산 지역의 조직노동자를 중심으로”, 경제와사회, 87호, 237-262.

신기동·박주영、허지정(2010), 기업형 슈퍼마켓(SSM) 확산의 지역상권 영향과 대응방안

연구, 경기연구원.
안진걸(2010), “한국 자본주의 탐욕의 상징, SSM을 어찌해야 하나!”, 시민과세계, 17, 188-221.
양경욱(2020), “계급 정체성 형성 작업과 계급불평등의 재생산”, 인사·조직연구, 28(2), 67-99.
오상봉·박찬임·이병희·강병구·김숙경(2016), 자영업자 문제와 사회적 보호, 한국노동연구원.
유성재(2009), “희망은 있는가?: 대기업슈퍼마켓(SSM)과 위기의 자영업”, 문화과학, 59, 207-217.
유진선(2014), 청년세대의 노동조합에 대한 태도와 영향요인에 관한 연구, 이화여대 석사학위논문.
윤영삼(2005), “노조지도자의 리더십과 조합원의 노조태도”, 산업노동연구, 11(2), 261-296.
윤영삼(2013), “권위주의성격이 노조・직무、조직태도에 미치는 영향”, 인적자원관리연구, 20(2), 169-191.
윤영삼·양윤희(2002), “노조태도에 대한 영향요인에 관한 연구”, 인적자원관리연구, 5, 237-257.
윤영삼·이정식·WeiWei Khine(2021), “이주노동자의 우울감에 영향을 미치는 요인에 관한 탐색적 연구”, 아태비즈니스연구, 12(4), 1-17.
이갑수·백필규·김종국(2013), 나는 골목의 CEO다: 전통시장의 부자상인들.
이은미·이은국·고기동(2014), “지방정부의 규제 채택요인에 관한 퍼지셋 분석: 대형마트·SSM 영업규제 조례를 중심으로”, 한국행정학보, 48(4), 349-373.
이장희·이상철(2001), “재래시장에 대한 실태조사 및 활성화방안”, 산업과경영, 14(1), 337-355.
이정식(2019), 골목상인 분투기, 산지니.
이종현(2021), “문재인 정부의 소상공인정책 평가: 위기 대응의 특징 그리고 한계”, 동향과 전망, 113, 114-142.
이진수(2004), “대기업노동자 의식”, 현장에서미래를, 99, 32-45.
이택면(2003), 청년노동자의 노조의식과 조직화 방안.
임영희(2015), “장그래의 친구 ‘상그래’를 구하자”, (월간)좌파, 25호, 19-26.
임재우(2015), 우리가 꿈꾸는 협회, 우리가 디자인한 협회: 회원관리시대에서 회원서비스시대로.
임진섭·이형직·조아라(2008), “자영업자의 우울에 영향을 미치는 요인 연구”, 가족과 문화, 20(3), 1-27.
장세훈(2014), “중소상인들의 집합행동에 대한 정치사회학적 접근: 기업형 슈퍼마켓(SSM) 확산에 대한 중소상인들의 조직적 대응을 중심으로”, 지역사회학, 15(2), 261-291.
전창진·정철모(2014), “전통시장의 상인조직형태에 따른 특성 분석”, 주거환경, 12(3), 287-295.
정광원(1996), “소매상인의 의식구조에 관한 연구: 대조시장상인을 중심으로”, 상명경영논총, 12, 149-180.

정순희(2015), “자영업자의 자영업에 대한 태도와 심리적 상태가 주관적 안녕감에 미치는 영향 연구”, 소비문화연구, 18(1), 135-153.
조돈문(2006), “한국 노동계급의 계급의식과 보수화”, 경제와사회, 72, 11-41.
중소기업청 시장경영지원센터(2006), 대형마트 출점이 지역중소유통업에 미치는 영향.
최영준(2017), “자영업자들은 보수적인가?”, 김도균·김태일·안종순·이주하·최영준, 자신에게 고용된 사람들: 한국의 자영업자 보고서.
최태룡(1989), “자영업자들의 의식 변화: 87년과 89년의 진주시 패널스터디의 결과”, 사회과학연구, 7, 87-109.
최태룡(1991), 구중간층의 형성과 사회의식: 진주시 자영업자층에 대한 경험적 연구, 서울대 박사학위논문.
최태룡(2002), “직업위신의 변화”, 호산 김경동교수 정년기념논총 간행위원회(엮음), 직업과 노동의 세계, 29-58.
최태룡(2018), “사회의식의 변화와 이념 성향의 판별”, 지역사회학, 19(1), 63-102.
황영순·서옥순·손헌일(2020a), 부산 자영업의 현황과 특성 분석. 부산연구원.
황영순·서옥순·손헌일·강민주(2020b), 부산지역 소상공인·자영업자 특성별 지원방안.
송윤경·김원진(2021), “해외선진국은 자영업자에게 억대 코로나보상을 했다”, 경향신문, 9.29.
통계청 홈페이지.
소상공인연합회 홈페이지.
전국상인연합회 홈페이지.
한국중소상인자영업자총연합회 홈페이지.
중소상공인살리기협회 홈페이지.
Barnett, M.(2013), “One voice, but whose voice? Exploring what drives trade association activity”, Business & Society, 52, 213-244.
Barnett, M.(2018), “Beyond the membership decision: how do trade associations manage firm involvement?”, Journal of Management Inquiry, 27(1), 10-12.
Callinicos, A.(2003), An Anti-Capitalist Manifesto.
Cohen, A.(2003), Multiple Commitments in the Workplace: An Integrative Approach.
Cohen, A. and O. Shamai(2010), “The relationship between individual values, psychological well-being, and organizational commitment among Israeli police officers”, Policing: An International Journal, 33(1), 30-51.
Ekşi, F., B. Dilmaç, E. Yaman and E. Hamarta(2015), “The predictive relationships between the values of university employees, mobbing, and organizational commitment”, Turkish Journal of Business Ethics, 8(2), 311-322.
Geare, A., F. Edgar and I. McAndrew(2009), “Workplace values and beliefs”, International Journal of Human Resource Management, 20(5), 1146-1171.
Goldberg, M.(1981), “Formulating worker consciousness”, Social Dynamics,

7(1), 32-41.
Gordon, M., J. Philpot, R. Burt, C. Thompson and W. Spiller(1980), “Commitment to the union”, Journal of Applied Psychology, 65(4), 479-499.
Kahl, S.(2018), “The role of trade associations in market discourse and cognition”, Journal of Management Inquiry, 27(1), 13-15.
Kelly, J.(1998), Rethinking Industrial Relations.
Kumar, N.(2012), “Relationship of personal & organizational values with organizational commitment”, Indian Journal of Industrial Relations, 48(2), 306-314.
Lawton, T., T. Rajwani and A. Minto(2018), “Why trade associations matter: exploring function, meaning, and influence”, Journal of Management Inquiry, 27(1), 5-9.
Mann, M.(1973), Consciousness and Action Among the Western Working Class.
Meyer, J. and N. Allen(1991), “A three component conceptualization of organizational commitment,” Human Resource Management Review, 1, 61-89.
Meyer, J., D. Stanley, L. Herscovitch and L. Topolnytsky(2002), “Affective, continuance, and normative commitment to the organization”, Journal of Vocational Behavior, 61(1), 20-52.
Mowday, R.(1998), “Reflections on the study and relevance of organizational commitment”, Human Resource Management Review, 8(4), 387-401.
Papaioannou, T., A. Watkins, J. Mugwagwa and D. Kale(2016), “To lobby or to partner?”, World Development, 78, 66-79.
Porter, L., R. Steers, R. Mowday and P. Boulian(1974), “Organizational commitment, job satisfaction, and turnover among psychiatric technicians”, Journal of Applied Psychology, 59(5), 603-609.
Rajwani, T., T. Lawton and N. Phillips(2015), “The ‘voice of industry’: Why management researchers should pay more attention to trade associations”, Strategic Organization, 13, 224-232.
Shadlen, K.(2000), “Neoliberalism, Corporatism, and Small Business Political Activism in Contemporary Mexico”, Latin American Research Review, 35(2), 73-106
Shamami, M. and A. Hayat(2018), “The role of irrational beliefs on predicting teacher's organizational commitment”, International Journal of Occupational Hygiene, 10(4), 218-225.
Wilts, A. and M. Meyer(2005), “Small firm membership in national trade associations”, Journal of Public Affairs, 5(2), 176-185.

[부록 1] 설문조사문항(별 평균)

변수	문항	평균	표준편차
단체필요의식	소득을 적게 벌든 적절하게 벌든 상인에게 상인단체는 필요하다고 생각합니까?	5.091	1.028
	상인이 상인단체에 가입하는 것은 당연한 일입니까?	4.468	1.320
	상인단체는, 때로는 잘못 운영되기도 하지만, 상인에게 반드시 필요합니까?	4.765	1.153
단체대외의식	영업조건을 개선하기 위해서 상인단체는 강할수록 좋다고 생각합니까?	4.871	1.122
	영업조건을 개선하려면 단체행동을 해야 할 때가 많다고 생각합니까?	4.594	1.111
	영업조건을 개선하려면 정부와의 대화만으로는 안되므로 상인들이 투쟁적이어야 한다고 생각합니까?	4.135	1.177
	상인단체나 상인들이 정부에게 협력하면 결국 영업조건이 상당히 좋아질 것이라고 생각합니까?	2.993	1.291
단체대내의식	상인단체가 민주적으로 운영되는 것은 가능합니까?	4.445	1.139
	상인단체에는 회장이 어떤 사람인가가 결정적으로 중요하다고 생각합니까?	5.081	1.133
정부편향의식	정부는 소상인-도매유통기업/대형마트자본에 대해 중립자가 아니라 도매유통기업/대형마트자본 편이라고 생각합니까?	4.403	1.125
	정부는 소상인정책을 소상인의 처지를 상당히 고려해서 결정할 것이라고 생각합니까?	3.684	1.271
정의공정의식	소상인의 소득(매출액-원가)수준은 가족생활에 필요한 비용수준이 되어야 한다고 생각합니까?	4.860	1.199
	소상인의 소득(매출액-원가)수준은 중소기업노동자의 임금의 2배는 되어야 한다고 생각합니까?	4.308	1.270
성장불호의식	경제가 성장한다고 해도 소상인이 더 행복해지지는 않을 것이라고 생각합니까?	3.871	1.316
정치필요의식	국민의힘은 소상인을 위한 정책을 제대로 가지고 있다고 생각합니까?	4.074	1.406
	민주당은 소상인을 위한 정책을 제대로 가지고 있다고 생각합니까?	3.968	1.321
	상인도 정치세력화가 필요하다고 생각합니까?	3.799	1.504
계급정체의식	나는 힘들더라도 다른 업종에 종사하는 소상인들과도 단결해야 한다고 생각합니까?	4.560	1.048
	소상인은 하는 업종이 달라도 모두 사회적 약자라고 생각합니까?	3.747	1.348

계급대립 의식	대형마트자본들은 소상인의 생존을 고려하지 않고 자신만을 위해 입점할 것이라고 생각합니까?	4.867	1.203
	도매유통대기업/대형마트자본과 소매소상인의 관계는 갈등이 심각할 수밖에 없는 관계라고 생각합니까?	4.382	1.158
경쟁불호 의식	대부분의 경우 경쟁이 심한 것은 바람직하다고 생각합니까?	3.425	1.134
	대부분의 경우 경쟁이 없는 것이 바람직하다고 생각합니까?	3.090	1.217
집단주의 의식	개인적 목표의 달성이 지장을 받을 때조차도 소속집단에 충성하는 것은 권장되어야 한다고 생각합니까?	3.326	1.171
	소속집단의 이익을 위해서라면 개인의 이익을 희생해야 한다고 생각합니까?	3.229	1.211
권위주의 의식	결혼이나 초상은 남들에게 부끄럽지 않는 수준으로 치러야 한다고 생각합니까?	3.171	1.281
	사람이 가져야 할 중요한 덕목으로 높은 사람이나 권위에 복종하는 것이 필요합니까?	2.641	1.292
	윤리적 논란이 조금이라도 있는 책이나 영화라면 강력하게 금지시켜야 한다고 생각합니까?	3.223	1.398
	대부분의 사람들은 마음이 선하지 않고 교양도 부족하다고 생각합니까?	2.698	1.293
	사람들은 팔자에 따라 살게 마련이라고 생각합니까?	2.653	1.327
	권력을 갖고 남들을 지배하고자 하는 것은 사람의 타고난 성향이라고 생각합니까?	3.315	1.347
내부귀인 의식	내가 노력을 하면 결과는 긍정적이고 호의적이며 바람직할 것이라고 생각합니까?	4.284	1.123
	상인이 어려운 것은 자신의 탓이라고 생각합니까?	3.036	1.279
장기지향 의식	사람은 (불확실성이 있기는 하지만) 중장기적인 생각을 갖고 살아야 한다고 생각합니까?	4.779	1.058
정보필요 의식	상인업을 해가는데 정보(예: 세무정보, 금융정보, 정부지원정보, 상권정보 등)가 매우 중요하다고 생각합니까?	4.862	1.154
직업저평가의식	소상인이 잘살 수 있기는 어렵다고 생각합니까?	3.162	1.395
	종합적으로 볼 때 상인이 중소기업노동자보다 낫다고 생각합니까?	3.738	1.247
단체몰입	귀하소속상인단체가 권유하면 추가적 노력을 요하는 특별한 일(인터뷰, 사회봉사 등)도 할 작정이십니까?	4.058	1.130
	귀하소속상인단체의 주장이 귀하와 달라도 소속단체의 주장을 우선적으로 존중할 것입니까?	3.871	1.029
	귀하소속상인단체가 집회를 개최한다면 참석하는 것은 회원의 의무라고 생각합니까?	3.950	1.215
	귀하소속상인단체가 회원의 권익을 위해 애쓰는 좋은 단체라고 생각합니까?	4.315	1.083

	귀하소속상인단체에서 하는 집회나 토론회 등에 참여할 것을 주변상인들에게 권하시겠습니까?	4.096	1.119
	귀하소속상인단체의 성공을 위해 회원의 의무 이상의 일(SNS활동 등)을 할 용의가 있습니까?	4.054	1.156
	귀하는 다른 사람들과 귀하소속상인단체에 관해 이야기할 때 귀하가 소속된 상인단체를 옹호하려고 노력합니까?	4.229	1.075
	귀하소속상인단체가 선거나 정책토론회 등을 한다면 참석하는 것은 회원의 당연한 의무라고 생각합니까?	3.952	1.150
	중요한 문제에 대한 귀하소속상인단체의 정책은 귀하의 견해와 대체로 일치합니까?	3.835	.995
	귀하가 경험해 본 결과, 귀하의 권익상 귀하소속상인단체의 회원으로 활동하는 것은 좋다고 생각합니까?	4.223	1.028

PUKYONG NATIONAL UNIVERSITY 부경대학교

[부록 2] 설문지

바쁘신 와중에도 설문에 참여해 주심에 진심으로 감사드립니다.
본인은 부경대학교 경영컨설팅학과 박사과정에서 공부하는 학생입니다.
본 설문지는 '소상인의 발전방안'을 연구하기 위해 작성된 것입니다.
본 설문지에 대한 응답에 대해서는 통계법(제33조)에 따라 비밀을 보장하겠습니다.
설문결과는 논문자료로만 사용하며 다른 목적으로 사용하지 않겠습니다.
바쁘시더라도 성심성의껏 본인의 솔직한 의견을 표시해 주시기를 당부드립니다.

이정식(010 4553 0645)

※ 응답칸의 해당하는 칸에 '✔'표시를 해 주십시오.

1. 상인단체에 관한 의견을 답해 주십시오.

번호	설문문항	매우 그렇지 않다	상당히 그렇지 않다	약간 그렇지 않다	약간 그렇다	상당히 그렇다	매우 그렇다
1	소득을 적게 벌든 적절하게 벌든 상인에게 상인단체는 필요하다고 생각합니까?						
2	영업조건을 개선하기 위해서 상인단체는 강할수록 좋다고 생각합니까?						
3	상인단체가 민주적으로 운영되는 것은 가능합니까?						
4	영업조건을 개선하려면 단체행동을 해야 할 때가 많다고 생각합니까?						
5	상인이 상인단체에 가입하는 것은 당연한 일입니까?						
6	영업조건을 개선하려면 정부와의 대화만으로는 안되므로 상인들이 투쟁적이어야 한다고 생각합니까?						
7	상인단체에는 회장이 어떤 사람인가가 결정적으로 중요하다고 생각합니까?						
8	상인단체는, 때로는 잘못 운영되기도 하지만, 상인에게 반드시 필요합니까?						
9	상인단체나 상인들이 정부에게 협력하면 결국 영업조건이 상당히 좋아질 것이라고 생각합니까?						

2. 상업과 관련된 의견을 답해 주십시오.

번호	설문문항	매우 그렇지 않다	상당히 그렇지 않다	약간 그렇지 않다	약간 그렇다	상당히 그렇다	매우 그렇다
1	대형마트자본들은 소상인의 생존을 고려하지 않고 자신만을 위해 입점할 것이라고 생각합니까?						
2	정부는 소상인-도매유통기업/대형마트자본에 대해 중립자가 아니라 도매유통기업/대형마트자본 편이라고 생각합니까?						
3	소상인의 소득(매출액-원가)수준은 가족생활에 필요한 비용수준이 되어야 한다고 생각합니까?						
4	소상인의 소득(매출액-원가)수준은 중소기업노동자의 임금의 2배는 되어야 한다고 생각합니까?						
5	대부분의 경우 경쟁이 심한 것은 바람직하다고 생각합니까?						
6	정부는 소상인정책을 소상인의 처지를 상당히 고려해서 결정할 것이라고 생각합니까?						
7	도매유통대기업/대형마트자본과 소매소상인의 관계는 갈등이 심각할 수밖에 없는 관계라고 생각합니까?						
8	경제가 성장한다고 해도 소상인이 더 행복해지지는 않을 것이라고 생각합니까?						
9	대부분의 경우 경쟁이 없는 것이 바람직하다고 생각합니까?						
10	국민의 힘은 소상인을 위한 정책을 제대로 가지고 있다고 생각합니까?						
11	민주당은 소상인을 위한 정책을 제대로 가지고 있다고 생각합니까?						
12	나는 힘들더라도 다른 업종에 종사하는 소상인들과도 단결해야 한다고 생각합니까?						
13	소상인은 하는 업종이 달라도 모두 사회적 약자라고 생각합니까?						
14	상인도 정치세력화가 필요하다고 생각합니까?						
15	상인이 어려운 것은 고성장을 못해서라고 생각합니까?						

3. 삶의 방향 등에 관한 의견을 답해 주십시오.

번호	설문문항	매우 그렇지 않다	상당히 그렇지 않다	약간 그렇지 않다	약간 그렇다	상당히 그렇다	매우 그렇다
1	개인적 목표의 달성이 지장을 받을 때조차도 소속집단에 충성하는 것은 권장되어야 한다고 생각합니까?						
2	결혼이나 초상은 남들에게 부끄럽지 않는 수준으로 치러야 한다고 생각합니까?						
3	내가 노력을 하면 결과는 긍정적이고 호의적이며 바람직할 것이라고 생각합니까?						
4	사람이 가져야 할 중요한 덕목으로 높은 사람이나 권위에 복종하는 것이 필요합니까?						
5	윤리적 논란이 조금이라도 있는 책이나 영화라면 강력하게 금지시켜야 한다고 생각합니까?						
6	대부분의 사람들은 마음이 선하지 않고 교양도 부족하다고 생각합니까?						
7	사람들은 팔자에 따라 살게 마련이라고 생각합니까?						
8	권력을 갖고 남들을 지배하고자 하는 것은 사람의 타고난 성향이라고 생각합니까?						
9	소속집단의 이익을 위해서라면 개인의 이익을 희생해야 한다고 생각합니까?						
10	개인의 성공여부에는 노력이 결정적 요인이라고 생각합니까?						
11	사람은 (불확실성이 있기는 하지만) 중장기적인 생각을 갖고 살아야 한다고 생각합니까?						
12	상인업을 해가는데 정보(예: 세무정보, 금융정보, 정부지원정보, 상권정보 등)가 매우 중요하다고 생각합니까?						
13	소상인이 잘살 수 있기는 어렵다고 생각합니까?						
14	종합적으로 볼 때 상인이 중소기업노동자보다 낫다고 생각합니까?						

4. 귀하가 소속된 상인단체(귀하소속상인단체)와 관련된 의견을 답해 주십시오.

번호	설문문항	매우 그렇지 않다	상당히 그렇지 않다	약간 그렇지 않다	약간 그렇다	상당히 그렇다	매우 그렇다
1	귀하소속상인단체가 권유하면 추가적 노력을 요하는 특별한 일(인터뷰, 사회봉사 등)도 할 작정이십니까?						
2	귀하소속상인단체의 주장이 귀하와 달라도 소속단체의 주장을 우선적으로 존중할 것입니까?						
3	귀하소속상인단체가 집회를 개최한다면 참석하는 것은 회원의 의무라고 생각합니까?						
4	귀하소속상인단체가 회원의 권익을 위해 애쓰는 좋은 단체라고 생각합니까?						
5	귀하소속상인단체에서 하는 집회나 토론회 등에 참여할 것을 주변상인들에게 권하시겠습니까?						
6	귀하소속상인단체의 성공을 위해 회원의 의무 이상의 일(SNS활동 등)을 할 용의가 있습니까?						
7	귀하는 다른 사람들과 귀하소속상인단체에 관해 이야기할 때 귀하가 소속된 상인단체를 옹호하려고 노력합니까?						
8	귀하소속상인단체가 선거나 정책토론회 등을 한다면 참석하는 것은 회원의 당연한 의무라고 생각합니까?						
9	중요한 문제에 대한 귀하소속상인단체의 정책은 귀하의 견해와 대체로 일치합니까?						
10	귀하가 경험해 본 결과, 귀하의 권익상 귀하소속상인단체의 회원으로 활동하는 것은 좋다고 생각합니까?						

5. 인구통계처리를 위한 문항에 '✔'표시나 숫자를 표시해 주십시오.

1	개인사업자 연령	20대(　　), 30대(　　), 40대(　　), 50대(　　), 60대(　　), 70대 이상(　　)
2	개인사업자 성별	남(　　), 여(　　)
3	사업기간	(　　)년
4	소유 구분	자가(　　), 임대(　　)
5	가맹점 여부	가맹점임(　　), 가맹점이 아님(　　)
6	업종	음식료품소매업(　　), 섬유/의복/신발소매업(　　), 음식업(　　), 종합소매업(　　), 개인서비스업(　　)
7	종사자수	배우자 등 무급가족종사자(　　)명 정규종사자(대표자 제외)(　　)명, 알바와 파트타임(　　)명
		총 (　　)명(대표자 제외)

[부록 3] 소상인관련 정부정책 및 법제도

1. 정부별 소상공인 정책

소상공인 문제는 복합적이고 구조적이다. 정부의 지원정책이 소상공인의 상업 경영에 가장 큰 영향을 미치는 특성을 고려하여 소상공인 정책에 대한 이해를 바탕으로 현실에 맞는 소상공인 정책의 변화 필요성의 토대를 마련할 필요가 있다. 정부마다 소상공인 정책에서 빼놓을 수 없는 정책이 소상공인의 무분별한 창업 억제 및 경쟁력 강화와 관련한 지원책이 주된 내용으로 비슷했다(이정식, 2019). 대형유통업체는 규제를 피해 다양한 사업으로 동네 상권에 진출하고 쿠팡 등 온라인쇼핑몰이 확대되며 산업 구조적인 경계선이 무너지며 소상공인 분야에서 몰락이 급속하게 진행되고 있다. 이 상황에서 정부의 소상공인 정책이 어떻게 변해 왔는지 살펴보는 것은 의미가 있다.

1) 노무현 참여정부

지난 1996년 유통시장 개방으로 대형할인점의 등장으로 존폐 위기에 내몰린 낙후된 재래시장의 활성화가 시급했다. 2004년 전통시장의 육성을 위해 재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법이 제정되며 재개발·재건축사업, 현대화사업과 재래시장의 고유 브랜드 및 캐릭터 개발 등에 대한 지원의 근거가 마련되었다.

외환위기 이후 기업과 산업구조조정에서 발생한 실업 문제를 해결하기 위한 차원에서 시작된 소상공인 정책은 2005년 영세자영업자 대책을 전기로 본격적으로 추진되었으나, 법률적 체계에 있어서 정책 내용이 일관된 구조를 갖추지 못하고 있다는 인식이 강했다. 현행 법률 체계에서는 소상공인을 소기업 정책의 일부로서 지원하고 있어서 소상공인에 대한 지원책은 외부 경제 상황에 따라 지속적인 이윤을 추구할 수 있는 사회적 자립기반을 조성하여 종합적인 경쟁력 강화 대책을 수립할 필요성이 대두되었다.

한편, 근로자는 4대 사회보험의 도입으로 사회경제적 안전망을 어느 정도 갖

줘 가고 있지만, 자기 사업에 무한책임을 지는 소상공인의 안전망이 전혀 없는 형편이었다. 영세소상인의 사업실패는 회생이 거의 불가능할 뿐만 아니라 주변 친인척까지 피해가 이어졌다. 소상공인의 사회안전망을 갖추는 첫걸음이 공제제도 도입이다.

정부의 카드사용 권장 정책으로 모든 점포에서 카드를 받지 않으면 장사하기가 어려운 상황이 되었다. 이러한 상황에서 신용카드사는 백화점이나 대형유통점 등엔 1%대의 수수료율을 적용하면서도 재래시장이나 소상공인에게는 3~4.5%대의 높은 카드수수료를 부담시키고 있었다. 정부는 소상공인이 운영하는 자영업종에 대한 카드수수료를 인하하여 소상공인들의 부담을 덜어주는 정책을 마련하고자 했다.

소상공인지원센터를 확충하여 소상공인에게 경영 및 기술컨설팅을 지원하고 각 권역별로 '중소유통 공동도매물류센터'를 건립하여 물류센터를 통해 지역 소상공인들이 공동 물품구매와 공동보관, 공동배송 체제를 갖추게 하였다. 소상공인의 조직화, 협업 시스템을 갖추고 가격·서비스 등 경쟁력을 갖추는 많은 정책을 마련하였지만, 2005년 영세자영업자 종합대책[38]엔 자영업자의 무분별한 창업을 억제하는 정책이 핵심 내용이었다.

2) 이명박 정부

2010년 정부는 소상공인의 창업, 성장, 재기의 선순환 생태계 조성을 목적으로 소상공인의 경영안정대책을 발표하였다. 2012년에는 경기침체가 계속되자 소상공인에 대해 소기업으로의 성장을 촉진하고 경기침체에 선제적으로 대응하기 위하여 소기업 지원계획을 발표하였다.

---

38) 제과점, 세탁소, 피부미용, 메이크업 등 영세 업종에는 '자격증' 제도를 도입하겠다고 발표했다. '온라인 창업자 진단시스템'을 운영해 적정성을 평가하면 무분별한 창업을 예방할 수 있다고 보았다. '생계형 창업'을 대신할 간병 전문 요양보호사, 요양 관리요원 등 5만 8000개의 일자리 창출을 추진하겠다는 내용이다. 자영업 중 17만 개의 '한계업체'를 유형에 따라 2만 5000개는 폐업시키고 3만 9000개는 전직이나 업종 전환을 할 수 있도록 지원하겠다는 내용이다. 이 대책은 "먹고 살겠다고 음식점을 하려는 것마저 억제하겠다는 발상"이라는 식의 비난 여론 때문에 불과 1주일 만에 폐기됐다.

소상공인에 관련된 직접적인 정책은 없었으나 일자리 창출, 인재양성 등과 관련하여 기술 집약형 강소기업, 현장 중심의 맞춤형 인력양성, 청년 창업 활성화, 기술 창업 성장이 선순환하는 산학연 생태계 모범사례발굴 등의 정책이었다.

초기 자영업 경쟁력 강화를 위한 주요 정책은 프랜차이즈 산업 육성이었다. 2009년 국가경쟁력강화위원회[39]는 '자영업자 경쟁력 강화를 위한 프랜차이즈 산업 활성화 방안'을 내놓았다. 정부 관계자는 "자영업자를 조직화해 규모의 경제를 실현해야 한다"라며 "가맹점 1,000개 이상의 대형 프랜차이즈를 10개 수준에서 2012년까지 100개로 늘리겠다"고 밝혔다. 결국, 자영업자 과잉 진입의 결과로 나타났다. 이러한 정부 정책의 결과로 2010년 프랜차이즈화가 가장 많이 진행된 업종은 치킨 사업과 피자 사업 등이다. 베이비부머 세대의 은퇴자나 화이트칼라의 사무직 직장인들은 퇴직 없는 프랜차이즈로 대거 몰렸고, 정부는 프랜차이즈의 해외 진출을 지원하며 프랜차이즈 산업을 육성했다. 이후 프랜차이즈 본사와 가맹점 수는 급격히 증가했다. 프랜차이즈 본사와 계약을 맺은 가맹점주의 보호 조항 없는 계약으로 인해 분쟁이 2배 이상으로 늘어나며 사회문제로 되기 시작했다. 자영업자의 경쟁력을 강화하기 위한 정책은 교육프로그램 제공 정도였으니, 자영업자를 위한 사회적 안전망은 거의 작동되지 않았다.

한편, 대기업이 골목상권을 잠식해 가는 동안 소상공인들이 대통령을 만나 어려움을 호소하니 '대기업 때문에 힘들면 인터넷으로 장사하면 되지 않느냐?'는 발언에 현장의 소상공인은 자신들이 처한 현실을 정부가 제대로 인식하지 못한다고 생각했다.

3) 박근혜 정부

박근혜 정부의 소상공인 정책을 중소기업 정책과 구분하고 소상공인 경쟁력 강화를 위한 자구 노력, 수요자 맞춤형, 기업 성장에 초점을 맞추었다(이종욱, 2013). 2014년 국민경제자문회의[40]를 통해 '생계형 자영업자 퇴출 정책 추진'을

39) 국가경쟁력을 강화하여 경제를 활성화하기 위해 이명박 정부가 2008년 초에 설치하여 2013년 2월 폐지된 대통령 자문기관이다.

40) 국민경제와 관련된 정책에 대한 대통령 자문을 수행하기 위해 헌법에 근거하여 설

발표했다. 도·소매, 음식, 숙박 등 생계형 서비스업종의 퇴출이 필요하다는 내용이었다. 경제 양극화를 심화시키는 원인이 생계형 서비스업의 과잉 진입에 있다고 보고 과당경쟁 해소 방법으로 퇴출 등 구조 조정이 주된 내용이었다.

정부는 의무휴업 등 대형유통업체에 대한 규제 완화를 주장했다. 산업통상자원부도 국회 차원에서 제기되는 대형유통업체에 대한 규제입법안에 대해서 과도하다는 주장을 하고 규제보다는 자율합의를 중시하면서 대기업과 일부 중소기업 간의 협의체인 '유통산업연합회[41]'를 2013년에 발족시켰다. 이 협의체는 '의무휴업일 공휴일 지정'을 매주 수요일 평일로 하겠다고 맞서며 자영업자 대부분이 원하는 공휴일 지정과는 대치되는 상황을 요구하기도 했다.

2016년 '소상공인 경쟁력 강화 3개년 계획'을 발표했는데 자영업자의 과당경쟁으로 인한 부작용을 막겠다는 취지였다. 상권 '과밀지역'에서 창업하는 소상공인에게 2018년부터 창업자금 대출 시 가산 금리 적용, 융자 지원 배제가 내용이었다. 과당경쟁 우려 지역을 '소상공인 과밀지역'으로 지정하고 소상공인 포털에 '폐업정보 시스템'을 구축하여 원활하게 폐업하도록 지원했다.

폐업 후 임금근로자로 전환할 사람을 매년 7500명씩 선정해서 '희망리턴패키지'로 교육및 컨설팅과 정책자금을 지원하고, 혁신적 경영·마케팅 능력을 갖춘 소상공인을 2019년까지 5000여 명 선정해 정책자금을 우대하겠다고 했다. 시행시기를 2018년 이후로 잡았으니 차기 정부의 몫이었다. 결과적으로 박근혜 정부는 자영업 대책을 차기 정부에게 떠넘겨버린 셈이 되었다.

4) 문재인 정부

2017년 7월 문재인 정부는 출범 후 중소기업 및 벤처기업 활성화라는 과제를 풀기 위해 기존의 산업통상자원부 산하 외청 형태로 존립하던 중소기업청을 중소벤처기업부로 격상시켰다. 2018년 8월 중소상공인 경쟁력 제고 등 자영업 정

립된 기관으로 대통령이 의장이었다.

41) 대형유통업체와 상인 간 갈등이 심각해지자 산업통상자원부의 중재로 민간 자율로 개선하기 위해 상생·협력 등을 기치로 2013년 설립된 협의체로 대형유통업체와 기업형 슈퍼 외에도 전국상인연합회, 한국수퍼마켓협동조합연합회 등이 가입하였다.

책 총괄 조정 기능을 강화할 목적으로 자영업비서관직[42]을 신설했다. 또한, 자영업자 문제를 근본적으로 해결하기 위해 기업과 노동으로 분류할 수 없는 자영업 분야를 경제정책의 독자적인 산업정책의 영역의 한 분야로 인정하여 헌법상 권리로 부여하였으며 소상공인기본법이 제정되기에 이르렀다.

문재인 정부의 소상공인 정책은 큰 틀에서 보면 코로나19 이전과 이후로 나뉜다. 코로나19 이전은 소득주도성장 정책으로 인한 급격한 최저임금 인상을 둘러싼 사회적 갈등이 소상공인 분야에서 격화되면서 소상공인 부담을 보전해 주는 방향으로 다양한 정책이 시행됐다.

코로나19 이후는 사회적거리두기 정책의 장기화에 따른 재난 지원이 시급해지면서 소상공인 정책 전반이 코로나19 대책으로 집중됐다. 이러한 점으로 인해 정책의 성격은 선제적 정책이기보다는 후행적 위기 대응 차원의 성격을 갖는다. 이 과정에서 소상공인 정책은 기존의 단순 지원을 넘어, 독립적 정책대상으로 격상됐고 구조적 개선의 관점을 갖게 되었다(이종현, 2021). 그러나 코로나19에 대한 대응의 소극성으로 인해 소상공인 현장에서는 강한 불만이 터져 나오고 있다.

문재인 정부는 소상공인 대책을 다양하게 내놓고 있지만 급격한 최저임금인상, 임대료 등에 이어 코로나19 사태로 인해 이들의 위기감은 고조되고 있다. 소상공인 경비 절감 정책으로 제로 페이, 카드수수료 인하와 일자리안정자금 등을 내놓았다.

2022년까지 추진하려는 핵심 정책과제는 크게 다음과 같다. 무분별한 자영업 창업을 막고 폐업과정 및 사후관리를 지원하고, 과당경쟁을 해소방안으로 프랜차이즈 편의점의 근접 출점을 자율적 제한이다. 또한, 복합쇼핑몰 허가제 도입, 소상공인 생계형 적합업종 강화, 상권영향평가의 법제화 통한 공정한 유통환경 조성하고 소상공인 매출 증대로 인한 지역 경제 활성화 대책으로 지역사랑 상품권 발행이다. 특히, 지역사랑 상품권은 지역의 자본이 다른 지역으로 유출되지 않아 선순환 지역경제 정책이다. 또한, 골목형상점가 지정을 통한 기존의 전통시장 및 상점가 정책을 확대하여 골목상권을 활성화하려고 한다.

---

42) 자영업비서관은 자영업 출신의 현장 전문가로 중소상공인과 청와대의 소통 창구로 현장의 문제를 위한 방식이다.

2. 법과 제도

1) 법

(1) 소상공인 기본법

중소기업기본법상의 적용을 받으며 보호·지원되어 왔다. 중소기업기본법은 중·소기업을 집중 보호·육성하는 규정으로 편중된 법체계상 소상공인 문제를 직접 다룰 수 있는 한계로 소상공인 기본법이 필요하다는 주장이 대두되기 시작하였다. 2020. 1월 소상공인 영역을 경제정책의 독립 분야로 보고 이들에게 특화된 기본법을 제정함으로써 소상공인의 법적 지위와 권리를 보장하고 소상공인의 지속가능한 성장과 경영안정, 사회적·경제적 지위 향상 및 고용안정에 이바지할 목적으로 소상공인 기본법이 마련되었다. 그러나 최근 제정된 소상공인기본법은 애초에 관련 법안들의 내용이 다수 포함되어 있지 아니하고, 기존의 지원법인 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」과도 중복되는 부분이 존재하여 소상공인 보호 및 지원에 있어 실효성에 관한 의문이 제기되고 있다(김선협, 2020).

(2) 전통시장·상점가 육성법

2020. 8월부터 개정·시행된 법으로 '골목형 상점가'라는 개념을 신설하고 상점가 등록 요건에서 업종 제한을 없앴다. 정부와 지방자치단체의 지원을 받을 수 있는 상점가의 범위가 더욱 넓어져 전통시장에만 적용되던 온누리상품권의 가맹점 등록 등의 지원을 받을 수 있어서 골목상권 소상공인들의 기대가 큰 법률이다. 상점가의 범위를 정할 때 기존의 상점가 지정은 도·소매점포의 비중이 50% 이상을 충족해야 지정받을 수 있었기에, 골목상권의 상당수를 차지하는 음식점 등 밀집 구역은 각종 지원에서 제외되었다.

(3) 지역상권법

2022년부터 4월부터 시행할 예정으로 임대료가 급등한 상권에는 지역 상인들이 반대하면 대형 프랜차이즈 직영점이 입점하지 못하도록 한 규제 법안이다.

상권 특성에 따라 임대료가 급상승한 지역은 지역상생구역으로, 상권이 쇠퇴한 지역은 자율상권구역으로 각각 지정해 지역 내 상인과 임대인, 토지소유자 3분의 2 이상이 동의할 경우 공청회 등을 거쳐 시·군·구 단체장이 지정한다. 두 구역 중 지역상생구역은 대규모·준대규모 점포와 연 매출 일정 수준 이상의 가맹본부 직영점 출점이 제한된다.

(4) 소상공인 생계형 적합업종 지정에 관한 법

고유업종제도 폐지된 이후 대기업들이 진출한 분야는 영세 소규모 상인들이 사업을 영위해온 도·소매업, 제과업, 음식료업 등 단순한 노무투입이 많아 부가가치 창출효과가 낮고 영세한 사업체들이 대부분으로 진입장벽이 낮은 생계형 업종이었다. 대기업의 진출은 곧 이들의 시장 매출과 점유율 하락 및 경영환경 악화로 이어져 생존권에 치명적일 수밖에 없는 실정이다. 이 법의 취지는 사회적·경제적 보호가 시급한 영세 소상공인들이 영위하는 사업 분야를 생계형 적합업종으로 지정하고 대기업 진출을 억제하여 이들의 생존권을 보호하고 국민경제의 균등한 발전을 도모하고자 하는 것이다.

(5) 코로나손실보상법

헌법에 명시된 '국가의 책무'다. 손실보상법은 감염병 확산에 따른 정부나 지자체의 집합금지·영업제한 등의 행정명령으로 인하여 발생한 소상공인의 경영상 심각한 손실이 발생한 경우 이에 대한 보상 근거를 신설된 법안이다.

정부는 코로나19 바이러스뿐만 아니라 새로운 감염병 확산 시 조치할 집합금지·영업제한 명령에 따른 소상공인들의 손실 부분에 대한 체계적인 보상 및 지원 체계를 마련할 필요가 있다.

지난 1년간 자영업자들이 대출을 받은 돈은 120조 원이다[43]. 한국의 국가채

43) 국회 기획재정위원회 소속 장혜영 의원실 통계에 따르면 지난해 말 기준 자영업자의 대출 잔액은 803조 5000억 원으로 2019년 말(684조 9000억 원)보다 118조 6000억 원(17.3%) 늘었다. 2019년 한 해 동안 60조 6000억 원 늘었던 것과 비하면 대출액이 두 배 가까이 증가한 것이다. 또한, 대출을 받은 자영업자는 238만 4000명으로 1년 전(191만 4000명)보다 47만 명(24.6%) 늘었다. 자영업자 대출 누적 잔액은 800조 원이 넘었고, 특히 지난해 처음으로 대출을 받은 자영업자의 대출 잔액도 125

무는 GDP의 48.7%(2021년 기준)로, 미국 133%, 프랑스 116%, 일본 225%의 절반 안되는 정도다. 벼랑 끝에 내몰린 자영업자들의 현실이 나라마다 다르다. 나랏돈을 풀어 이들의 경제활동을 보호하는 사례들을 알 수 있다. 프랑스, 일본, 미국, 캐나다는 코로나19 재정지출에 많게는 국내총생산(GDP)의 25.4%, 적게는 9.6%를 투입했다.

한국은 GDP 4.5%를 코로나19 지원금으로 풀었다. 국가 재정을 고민하니 자영업자에게 돌아가는 몫이 턱없이 부족할 수밖에 없는 실정이다.

(6) 지역중소기업법

2022년 1월 28일 시행예정으로 종합적이고 체계적으로 지원하기 위한 법률로 정부 국책사업에 해당 지역의 중소기업들이 우선 참여토록 규정 등을 담은 내용이다. 현재 중소기업 관련한 법안에 지역중소기업 지원정책이 다수 존재하고는 있지만, 흩어져 있고 유명무실화해 지역중소기업을 지원하는 독자적인 법률체계가 전혀 없는 형편이라서 자금 지원과 외국인 투자유치 등의 수도권 편중 현상이 심화하고 있다. 법률안의 주요 내용은 중소벤처기업부장관의 책무로 지역중소기업 육성 및 혁신촉진 기본지침을 시·도지사와의 협의와 지역중소기업의 의견 반영 등 지역 실정에 맞게 작성하도록 했다는 것이다.[44)]

2) 제도

사회적 약자로의 자영업자의 인식은 지원 대상, 경쟁력 저하, 과당경쟁으로 인한 퇴출 정책 등의 부정적인 면으로만 부각되어 자영업과 자영업자를 위한 제대로 정책 개발이 빈약하였다.

2017년 7월 문재인 정부는 출범 후 중소기업 및 벤처기업 활성화라는 과제를 풀기 위해 기존 산업통상자원부 산하 외청인 중소기업청을 중소벤처기업부로 격상시켰다. 이는 중소상공인의 숙원 사업이었다.

조8000억 원에 달해 2019년(87조 원)보다 38조 8000억 원 늘었다

44) 이동주 의원은 2021년 10월 소상공인 도소매업의 풀필먼트와 디지털전환을 지원하기 위한 '중소유통업 혁신 촉진에 관한 법률' 제정안을 발의했다.

2018년 8월 중소상공인 경쟁력 제고 등 자영업 정책 총괄 조정 기능을 강화할 목적으로 자영업비서관직을 신설했다. 자영업비서관은 중소상공인과 청와대의 소통 창구로 현장의 문제를 위한 방식으로 자영업 출신의 현장 전문가였다. 자영업자 문제를 근본적으로 해결하기 위해 기업과 노동으로 분류할 수 없는 자영업 분야를 경제정책의 독자적인 산업정책의 영역의 한 분야로 인정하여 헌법상 권리로 부여하였으며 소상공인기본법이 제정되기에 이르렀다. 향후 자영업의 본질과 상황에 대한 근본적이고 종합적인 기초 연구가 촉발되고 더욱 많이 이루어져야 자영업자의 삶이 근본적으로 나아질 수 있으로 판단된다.

2010년 이후 전통시장 및 골목상권 살리기는 일종의 사회적 운동으로 진행되었다. 이는 전통시장 등을 지원 확대하는 계기가 되었고, 이후 국회는 소상공인 지원법, 전통시장 특별법을 제정했다. 외적으로는 대형마트 및 기업형 슈퍼마켓(SSM), 인터넷 쇼핑몰 등과 경쟁해야 하는 어려움도 있지만, 내적으로는 과당경쟁, 상인단체 간 이질성, 상인 연령층의 고령화 등으로 시름시름 앓고 있는 것이 현실이다.

소상공인·자영업 비중이 매우 높아 공급과잉 및 과당경쟁으로 인한 경영악화 문제가 첨예하게 발생하고 있을 뿐만 아니라 대형마트 및 기업형 슈퍼마켓(Super Supermarket; SSM), 편의점 등 기업형 유통의 확대 등으로 위기가 심화되고 있다. 이에 더하여 최근에는 상당 기간 계속되고 있는 경기침체로 인해 부실 위험성이 더욱 커지는 문제까지 직면하고 있다. 소상공인·자영업의 경영악화 및 그로 인한 상당한 규모의 비자발적 퇴출은 막대한 사회적 비용을 초래할 수 있다. 한국의 자영업 비중은 국제 비교를 통해 보더라도 매우 높은 수준이다. 이는 OECD 평균과 비교해보거나, 유럽 및 미국, 일본과 비교하더라도 상당히 높은 수준이며 산업구조도 매우 영세한 편이다. 우리나라 소매업에서 생계형 자영업의 공급과잉으로 인한 경영악화 문제는 향후 베이비붐 세대의 은퇴로 인해 더욱 심화될 것으로 전망된다.

(1) 재난지원금

<부록표 1> 소상공인재난지원금 지급내용 (단위: 원)

구분	명칭	지급대상	주요내용	총규모	지급시기
1차	보편 지원금	전국민	목적: 코로나19 위기 극복을 위한 한시적인 지원제도로 국민생활 안정과 경제회복 지원 가구원 수별 차등 지급(1인 40만원, 2인 60만 원, 3인 80만원, 4인 이상 100만 원)	14조 3천억	2020.5
2차	새희망 자금	소상공인	코로나19 재확산 이후 매출 감소한 연 매출 4억 원 지원금액 100만원	7조 8천억	2020.9
3차	버팀목 자금	소상공인 자영업자	정부의 방역조치 영업금지, 영업제한에 따른 대책으로 코로나19의 3차 대유행 피해 입은 10억 이하의 소상공인	9조 3천억	2021.1 이후
4차	버팀목 플러스 자금	소상공인 등	코로나19로 피해 입은 소상공인, 특수형태 근로종사자, 프리랜서 등 최대 500만 원	6조 7천억	2021.3 이후
5차	소상공인 손실보상	소상공인	집합금지와 영업시간 제한 피해에 대해 동일하게 80%의 보정률을 적용(일평균손실액×방역조치일수×보정률) 7월 7일~9월 30일 동안 집합금지·영업시간 제한조치를 받아 경영상 심각한 손실이 발생한 소상공인과 소기업	2조 이상	2021.10 말 이후

(2) 착한 임대인제도

코로나19 사태로 어려움을 겪는 영세한 자영업자를 위해 상가 임대료를 낮추자는 것으로 임차인의 고통을 임대인이 분담하자는 상생협력 제도다. 정부는 임대인의 임대료 인하분에 대한 세액공제, 무상 전기안전점검 등에 대한 인센티브를 2022년 6월까지 연장해 적용할 계획이다.

(3) 스마트슈퍼 육성제도

코로나19 이후 비대면 소비가 증가하고 있는 유통 환경변화에 대응할 수 있도록 한 디지털 전환 모델로 동네슈퍼에 주·야간 무인 운영이 가능하도록 출입 인증장치, 무인 계산대, 보안 장비 등 스마트 기술을 지원하는 사업이다. 비대면 거래를 원하는 고객의 니즈에 대응해 인건비 부담을 줄이며 점주의 삶의 질을 높이고 심야 시간 등 추가 매출 확보를 위한 시스템 구축이 핵심적인 내용이다.

(4) 소상공인매장 온.오프라인 연계(O2O)제도

중기부는 소상공인의 오프라인 매장 중심의 기존 상거래 현실을 감안한 맞춤형 지원모델인 프리미엄 '소상공인 온.오프라인 연계(O2O) 매장'을 시범 운영할 계획이다.

온라인채널 진입 문턱이 높은 소상공인의 디지털 대전환을 위해 오프라인과 온라인을 결합해 온라인시장 진출을 견인하고자 한다. 최근 디지털 전환이 유통시장 변혁을 촉진하는 가운데 코로나19 대유행이 온라인 쇼핑 급성장의 변곡점으로 작용하면서 영세 소상공인의 대응책으로 '온.오프라인 연계(O2O) 매장'의 제품 구성부터 컨셉, 마케팅까지 전면적인 민간주도 운영을 통해 성과를 극대화하겠다는 모델이다. O2O는 실제 매장에서 상품을 판매하는 사업자와 소비자를 온라인에서 연결하는 서비스다.

PUKYONG NATIONAL UNIVERSITY 부경대학교

감사의 글

이제 인쇄에 들어가기 전에 다시금 돌이켜 보니, 11년 전 47세 만학도로 새롭게 시작한 학업은 결기는 가득했지만 시급한 현업으로 인해 늘 조마조마했던 순간의 연속이었습니다. 그 생경한 모습 하나하나가 주마등처럼 떠올라 잊을 수가 없습니다. 현업과 학업을 장기간 병행하며 깊은 학문의 세계에 범접한다는 것은 속살 벗기듯 참 쓰라리고 힘든 역경의 나날이었습니다. 상인으로의 삶을 병행해야 하는 척박한 상황은 제가 먼저 변해야 한다는 절실함으로 다가왔고 그 절실함이 저를 버틸 수 있게 하는 원동력이 되었던 것 같습니다.

많은 분의 아낌없는 위로와 응원 그리고 도움에 힘입어 비로소 의미 있고 소중한 열매를 맺을 수 있게 되었습니다. 큰 결실에 그동안 감사했던 분들의 얼굴을 한 분 한 분 되새겨 봅니다.

제자로 삼아 연구에 새로운 방향을 제시해 주시고 본 궤도에 안착할 수 있게 세심한 지도편달을 아끼지 않으신 윤영삼 지도교수님께 이 자리를 빌려 깊은 감사를 드립니다. 현장의 경험과 식견을 넘어 전문가적 논리성을 강조하시던 교수님 덕분에 좋은 연구를 마무리할 수 있었습니다. 학기 중에 유익한 가르침을 주시고 전문적 충고와 더불어 격려해 주신 홍재범 교수님께 감사의 말씀을 드립니다. 논문 마지막 단계에서 학문적 안내와 진심 어린 격려의 조언을 아끼지 않으신 이진수 교수님께 감사드립니다. 바쁘신 중임에도 꼼꼼하고 면밀하게 챙겨봐 주시며 마지막까지 학문적 사고로 정성을 쏟아주셨던 한나영 교수님께 진심으로 감사드립니다. 논문을 심사하시며 학위 취득 후 정진해야 할 정책 및 현장의 방향성까지 조언해 주신 손헌일 박사님께도 감사드립니다.

저의 부족한 논문은 많은 소상인의 눈물로써 점철된 결과이기에 감히 제 인생의 족적으로 남기기엔 안타까움이 앞서지만 50대 말미의 뜻깊은 결실로 이어질 수 있도록 큰 도움을 주신 모든 교수님께 진심으로 감사의 마음을 전합니다. 특히, 좋지 않은 건강임에도 도리어 저를 살펴봐 주시며 위로해주시던 이정호 교수님께도 감사의 인사를 전합니다.

또한, 제가 논문을 잘 마무리할 수 있었던 건 중소상공인살리기협회 회원들의 각별한 애정과 희생이 있었기에 가능한 일이었습니다. 회원 모든 분께도 진심으로 감사의 인사를 전합니다.

늘 저의 건강을 챙기며 물심양면의 지원을 아끼지 않은 김영태 대표님, 설문응답자에게 자신의 사비를 들여 답례품을 전하며 신뢰도를 높이고자 했던 김광원 대표님, 자신 일처럼 열 일 제쳐두고 동네 점포마다 설문지를 돌리며 작성하는 사람의 이해를 도우던 이숙경 대표님, 자신의 시장을 지켜준 분이라면서 오는 손님마저 돌려보내곤 시장을 뛰어다니며 설문지를 받아오시던 반송시장의 김영한 전 회장님과 정귀자 여사님 진심으로 감사드립니다.

70대의 고령임에도 저의 학위에 일조해야 한다며 손수 설문지를 돌리시던 전통시장의 회장님들의 도움이 너무 컸습니다. 초량시장의 김종진 회장님, 뜻깊은 연구라며 함께 해주시던 못골골목시장의 박기홍 회장님, 추가 설문지를 달라며 애써주신 서대신골목시장의 강말희 전 회장님 진심으로 감사드립니다.

자신 일인 양 꼼꼼하게 챙기며 반겨주시던 민락골목시장의 박근배 회장님과 우인섭 전 회장님, 망미중앙시장에 계신 임순례 회장님과 오하정 대표님 그리고 이수동 대표님, 김민균 원장님 모두에게 진심으로 감사드립니다.

술과 과일이 결합해서 제대로 익어 과일주가 되듯이 현장의 경험과 학문적 지식을 결합해서 익어 논문이 되는 지난한 여정으로 소홀함이 있었지만, 협회가 잘 운영되도록 힘써 준 김영석 사무처장님, 소매점에 납품하며 바쁜 중에도 설문지를 돌리며 큰 도움을 주시던 진건호 대표님, 비가 오는 늦은 밤에도 설문지를 회수하시던 김희광 대표님 감사드립니다.

늦은 시간에도 도움을 요청하면 한걸음에 달려와 주시던 임형준 대표님, 누구보다 앞서서 호응해주시던 문성영 대표님, 묵묵하게 지지해주시던 이권주 대표님, 주변의 설문대상자를 소개하시며 챙기시던 남재근 대표님께 감사드립니다.

처절한 자영업의 상황에 아린 가슴으로 혜안을 찾느라 동분서주 중임에도 매번 저의 연구를 응원하시던 인태연 청와대 자영업비서관님 감사드립니다. 연구기간 내내 연구 과정과 내용에 꼼꼼한 관심과 격려로 다독여 주시며 연구의 큰 틀에 대한 방안을 고민해주셨던 김영춘 전 장관님 감사드립니다.

마지막까지 최선을 다할 수 있었던 건 무엇보다 사랑하는 아내의 큰 내조 덕분이었습니다. 한여름 설문지 배포와 수거, 코딩, 오자 찾기 등 논문 전반에 걸쳐서 조력을 아끼지 않았을 뿐 아니라 늦은 시각이면 연구에 방해될까 하여 발꿈치마저 사뿐히 바꾸는 정성이 있었기에 가능한 결실이었으니 박사학위의 영광을 사랑하는 아내에게 바칩니다.

지면으로 언급하지 못했지만, 설문지에 응하고 협조해주신 모든 상인과 저를 아끼고 격려해 주셨던 모든 분께 감사의 말씀을 전합니다. 더욱 정진하여 올바른 모습으로 제가 속한 분야뿐만 아니라 시민사회에서 꼭 필요한 사람이 되도록 노력하겠습니다.

2022년 1월

이 정 식