

# KOSBI 중소기업 포커스

## 포스트 코로나 시대 자영업 생태계 변화 전망과 대응전략

책임작성 | 정은애 연구위원 (02-707-8272, eajung@kosbi.re.kr)

※ KOSBI 중소기업 포커스는 중소기업연구원 홈페이지([www.kosbi.re.kr](http://www.kosbi.re.kr))에서도 보실 수 있습니다.

## | 목 차

1. 문제제기 및 범위
2. 분석방법
3. 분석결과
4. 포스트 코로나 시대 자영업 생태계 변화 전망과 대응전략

## | 요약

- 다산다사(多産多死)의 자영업 생태계 구조에서 코로나19에 의한 디지털화(Digitalization) 및 비대면(Untact) 서비스의 저변 확대는 자영업 시장에서의 관계 변화와 체질개선을 요구
- 본 보고서에서는 현실적인 자영업 생태계 구조의 관계를 이해하고 포스트코로나 시대에 자영업자들의 생존과 발전을 위한 실효성 있는 정책 방향을 제시하는 것을 목적으로 함
- ‘도·소매’ 및 ‘식음업’을 대상으로 매출액, 창업률, 비임금근로자 수 등 데이터를 이용해 분석한 결과, 우리나라 자영업 생태계 내 다음과 같은 관계가 형성되어 있음을 발견

\* 2009년부터 2018년까지 전국을 대상으로 한 월별, 분기별, 연도별 시계열 데이터 활용

- 1) 대형종합소매점 매출 증가는 자영업 매출을 감소, 온라인쇼핑몰 거래액 증가 또한 자영업 매출을 감소시키며, 프랜차이즈 본사 수는 영향을 미치지 않는 것으로 나타남
- 2) 지가지수의 증가는 자영업 매출을 상승시키는 것으로 나타남
- 3) 인건비와 고용보험 성립률은 비임금근로자 수에 정(+)의 영향을 미침
- 4) ‘창업률 증가는 자영업매출을 감소시키고 자영업 매출 증가는 창업률을 증가시키는’

상호영향 관계이며, '창업률의 증가는 비임금근로자 수를 증가', '자영업매출 증가는 비임금근로자 수를 감소' 시키는 관계를 확인할 수 있음

■ 그러나 포스트 코로나 시대의 뉴노멀은 산업 구조를 재편시키고 있으며, 자영업 생태계에 다음과 같은 변화가 예측됨

- 온라인 쇼핑 중심의 매출 확대가 예상되고, 그에 따른 자영업 매출 감소
- 온라인 서비스 확대에 따른 상가 임대료 감소는 자영업 창업과 과열 경쟁을 유인
- 킷 워커(gig worker) 증가 등 노동시장 재편에 따른 비임금근로자들의 노동지위 이동 빈번

■ 따라서 자영업자들의 경쟁력과 자생력을 높이고, 체질을 강화하기 위해서는 다음과 같은 정책을 설정해야 할 필요

- 코로나19 이후 유통산업이 빠르게 재편될 것이 예상되므로, 분석결과의 경쟁 관계를 상생 관계로 전환할 수 있는 정책 필요
  - 대형종합소매점 상생방안으로는 주차장공유, 정보공유, 기능 융·복합화와 같은 공유경제가 중요
  - 온라인쇼핑과 상생을 위해서는 배달앱과 장보기서비스 구축, 수수료체계 표준화, 라이더 라이선스 제도화 등 언택트 서비스가 활발히 이루어질 수 있는 환경 조성 필요
  - 프랜차이즈와 상생하기 위해서는 온·온라인의 공정거래환경을 조성할 필요가 있으며, 이종업종 간 플랫폼 모델 등을 통해 공유 서비스 확대 방안 마련
- 지역을 활성화시키기 위한 업종변경 유연화 및 젠트리피케이션 관리 필요
  - 소비자들이 선호 변화에 따라 상가용도 및 업종 변경을 용이하게 바꿀 수 있는 제도적 장치와 다양한 산업과 연계 방안 필요
  - 다른 한 축으로 자영업자의 폐업과 상권의 상호 네트워크를 급격히 파괴시키지 않도록 젠트리피케이션 관점에서 상권관리 필요
- 적정 임금 유지와 노동시장 재편을 동시에 고려한 고용자들의 임금 부담을 흡수할 수 있는 방안 필요
  - 디지털경제 전환에 의한 자영업자 감소 및 킷 워커(gig worker) 증가에 따른 임금체계 대비책 마련

- 불확실성을 감소시킬 수 있는 유인의 '고용보험 해지 시 선택적 환급', '소득보장보험' 등 고용보험 정책 도입 고려
- 자영업 시장의 과열 경쟁을 줄이기 위한 혁신창업 활성화 정책의 임금근로자로 흡수 필요
  - 새로운 소비 수요에 대한 신업종·신제품·신서비스의 혁신 창업 지원으로 자영업 정책 도모
  - 혁신 창업이 성장으로 연결되어 고용이 늘어날 수 있도록 플랫폼, 데이터분석, 마케팅 등 다양한 파트너십이 연계될 수 있도록 지원

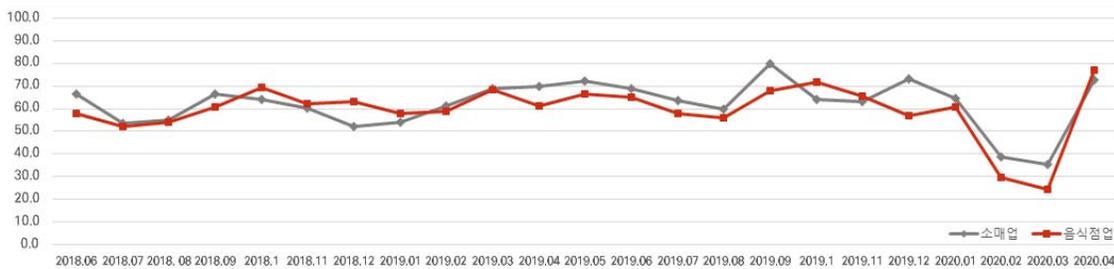
# 1. 문제제기 및 범위<sup>1)</sup>

## 1) 문제제기

■ 코로나19는 디지털화(Digitalization)에 의한 소비트렌드 변화와 비대면(Untact) 서비스 확대에 촉매제 역할을 함으로써 자영업 생태계 내의 관계 변화와 체질개선을 요구

- 자영업 시장의 과밀 취약성은 이번 코로나19로 여실히 확인되었으며 (김기식·박선나, 2020), 자영업 시장의 장기적인 안정을 위해서는 보호 정책과 함께 4차 산업혁명에 따른 기술혁신과 디지털 시장 변화에 대응이 중요

〈그림 1〉 소상공인 경기실사지수(BSI, Business Survey Index)



자료 : 중소벤처기업부, 「소상공인시장경기동향조사」소상공인 업종별 실적

■ 자영업·소상공인에 대한 정책 방향 또한 자영업 생태계 내의 관계 재형성 관점에서 경쟁력을 강화하고 자생력을 높일 수 있도록 할 필요

- 자영업·소상공인을 보호하고 자생력을 높이기 위한 정책을 시행하고 있지만, 자영업 생태계 관계에 대한 고려가 없어 효과가 부분적으로 나타남
  - ‘소상공인 경영개선’이나 ‘상권 활력’을 위한 정책은 자영업자들의 빈번한 창·폐업으로 뚜렷한 성과가 나타나지 않음

■ 따라서 본 보고서의 목적은 현재의 자영업 생태계 구조 관계를 이해하고 포스트코로나 시대에 자영업자들의 생존과 발전을 위한 실효성 있는 정책 방향을 제시하는 것임

1) 본 보고서는 정책기획위원회 수탁과제를 발전·보완하여 수행된 연구임

## 2) 자영업 생태계 범위

■ 자영업 생태계는 생산자, 소비자, 공공, 유·무형 요소가 상호작용 하는 공간으로 정의할 수 있음

- 자영업 생태계는 많은 요소들이 복잡하게 얽혀 작용하고 있지만 본 연구의 목적과 이유태(2012)의 소상공인 생태계<sup>2)</sup> 연구를 참고하여 ‘생산자와 소비자, 공공, 유·무형 환경이 상호작용하는 공간으로 정의
- 주요 구성요소는 자영업자와 주요 경쟁자, 시장 환경, 사회·경제, 법·제도로 설정
  - 여기서 법과 제도는 공공인 정부 영역이며, 소비자는 소비 활동을 통해 주요 구성요소들과 상호작용

■ 분석업종은 자영업자 비율이 높은 ‘도·소매’, ‘음식점 및 주점업(이후 식음업)’<sup>3)</sup>으로 한정

- 정책지원 사업수혜 범위, 취약계층 포함 여부 등을 고려하여 포용적 범위인 자영업자로 설정하였으며, 필요할 경우 소상공인 용어 병행<sup>4)</sup>

\* OECD에서는 종사상지위 기준으로 ‘고용주(employer)’, 자영자(own-account workers), 생산자 조합 회원(members of producer’s co-operatives), ‘무급가족종사자(unpaid family workers)’를 포함하여 ‘자영업자’로 정의

- 자영업자로의 인식과 사업체수 비율이 높고 정책자금 수요가 많은(전인우, 2017) ‘도·소매업’과 ‘식음업’을 연구 대상으로 설정

\* 자영업은 이질적 업종이 많으므로 사업체 수가 많은 업종을 대상으로 선행적으로 자영업 생태계 관계 파악

■ 분석 기간은 한국은행 통계 ‘음식점 및 주점업’ 매출액 접근 가능 기간인 2009년 1월부터 2018년 12월까지 총 120개월로 설정

2) 소상공인 생태계는 소상공인과 그 주위 환경이 상호작용하는 공간으로, 관련 법과 제도, 입지 조건 등의 인프라로 구성

3) 통계청 ‘비임금근로 부가조사’와 한국고용정보원의 ‘고용행정통계’는 제공되는 통계 산업분류 상 ‘음식점 및 주점업’에 ‘숙박업’이 포함

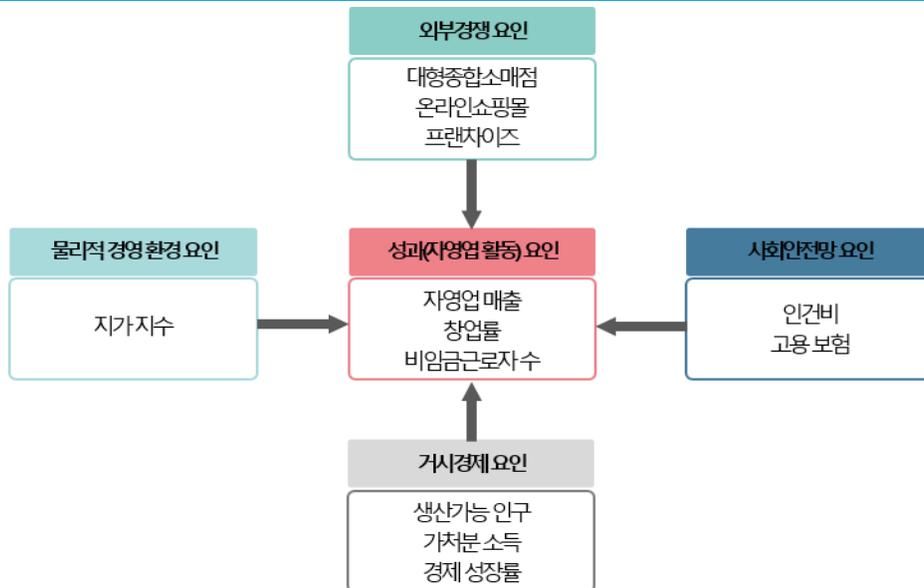
4) 통계청에서는 자영업자를 ‘유급 고용원을 두고 사업을 경영하거나 자기 혼자 또는 무급가족종사자와 함께 자기 책임하에 독립적인 형태로 전문적인 업이나 사업체를 운영하는 사람’으로 정의

## 2. 분석방법

### 1) 자영업 생태계 구성 및 틀

- 본 보고서는 자영업 생태계 구조 및 관계를 파악하기 위한 주요 변수들을 <그림 2>와 같이 크게 외부경쟁요인, 물리적 경영환경요인, 사회안전망요인, 성과요인(자영업활동), 거시경제요인으로 설정
  - 자영업과 경쟁하는 대표변수로 대형종합소매점, 프랜차이즈, 온라인쇼핑몰을 설정
  - 성과 요인인 자영업 매출액에 영향을 미치는 물리적 경영 환경 요인은 지가지수로 설정
  - 성과 요인인 비임금근로자에 영향을 미치는 사회안전망 변수는 인건비와 고용보험 변수로 파악하고자 함
  - 성과 요인은 자영업 매출액, 창업률, 비임금근로자 수로 설정
  - 자영업 생태계 내에 영향을 미치는 거시경제 변수는 생산가능인구, 가처분소득, 경제성장률이며 통제변수로 설정
    - 자영업 생태계에 영향을 미치는 주요 변수는 선행연구 및 문헌검토를 통해 객관적으로 검증된 변수들을 중심으로 설정5)

<그림 2> 자영업 생태계 개념도



주 : 저자 작성

5) 선행 연구 주요 내용은 [부록 1] 참조

## 2) 분석 변수 및 데이터

### ■ 분석 변수를 영향을 받는 변수와 영향을 주는 변수로 구분하면 다음과 같음<sup>6)</sup>

- 영향을 받는 종속변수는 도소매·식음업 자영업 매출, 도소매·숙박음식업 비임금근로자 수, 도소매·식음업 창업률

\*  $Y_{ijt}$   $i$ : 자영업매출, 비임금근로자수, 창업률,  $j$ : 변수구성 순서,  $t$ : 시간

- 영향을 주는 설명변수는 대형종합소매점 매출, 온라인쇼핑몰 거래액, 도소매·식음업 프랜차이즈 본사 수, 지가지수<sup>7)</sup>, 도소매·식음업 인건비, 도소매·숙박음식업 고용보험, 도소매·식음업 자영업 매출, 도소매·식음업 창업률

\*  $X_{ijt}$   $i$ : 대형소매점, 온라인쇼핑, 프랜차이즈, 지가지수, 인건비, 고용보험, 자영업매출, 비임금근로자수, 창업률,  $j$ : 변수구성 순서,  $t$ : 시간

- 도소매와 식음업의 비임금근로자 수는 통계청 월별 비임금근로자 수에 연도별 도소매·음식숙박업 비율을 곱하여 산정(숙박업 포함)하였으며, 도소매·식음업 매출액은 한국은행 경제통계 연도별 매출액 자료 활용

- 대형종합 소매점은 대형종합소매점, 면세점, 백화점, 기타 종합소매점 포함

- 자료는 한국은행, 통계청, 지방행정데이터, 고용보험통계, 공정거래위원회, 한국감정평가원 자료를 추출하여 이용<sup>8)</sup>

- 통제변수는 생산가능인구, 가처분소득, 경제성장률 변수임

## 3) 분석 모형

### ■ 도소매 및 식음 업종의 자영업 생태계에서 주요 시장 참여자와 영향요인들의 관계 파악을 위한 방법은 경로 분석모형임<sup>9)</sup>

- 자영업 생태계 요인별 영향은 크게 ‘외부경쟁 요인 내 변수가 자영업 매출에 미치는 영향’, ‘물리적 경영환경 요인 내 변수가 자영업 매출에 미치는 영향’, ‘사회안전망 요인 내 변수가 비임금근로자 수에 미치는 영향’, ‘성과 요인 내 변수들의 상호영향’의 4가지로 구분하여 볼 수 있음

6) 변수들의 기본 특성을 나타내는 기초통계 결과는 부표는 [부록 4] 참조

7) 분석 설정기간의 상업용 지가지수 자료가 없어 지가지수 자료를 활용하였으나, [부록1]을 참조하여 보면 공시지가를 소매업 연구에 다수 활용

8) 구체적인 변수구축방법은 [부록 2] 참조

9) 경로분석 기본가설은 [부록 3] 참조

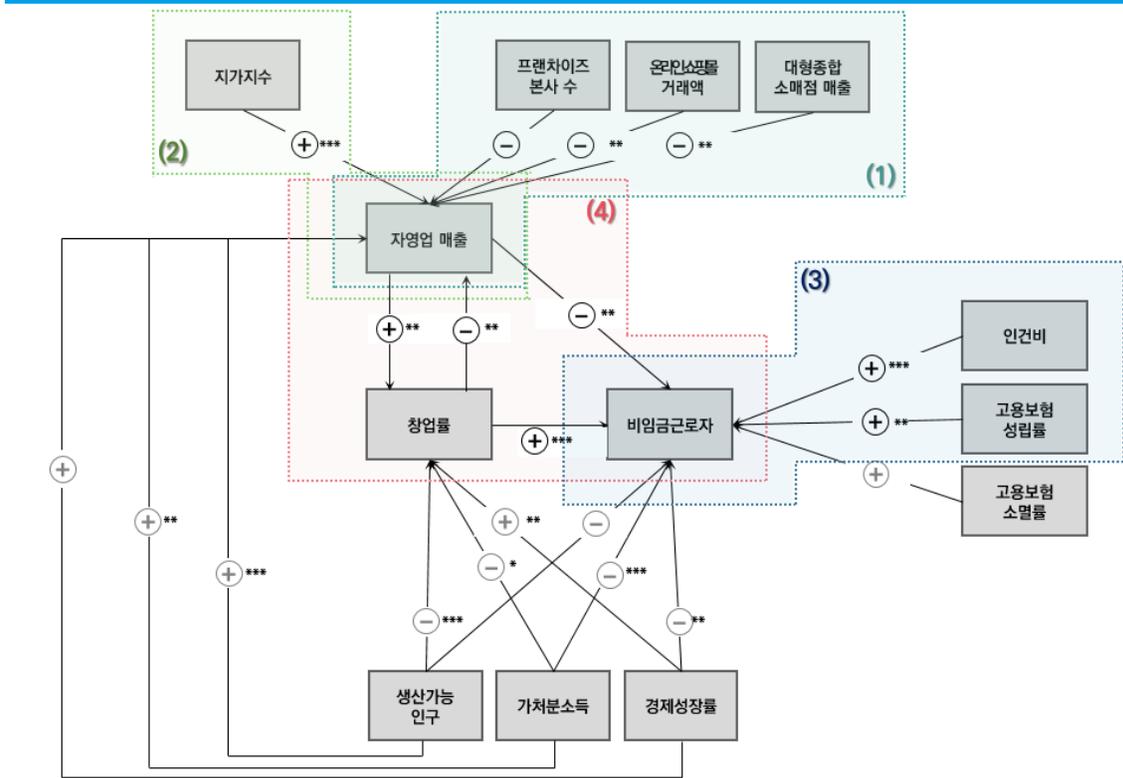
### 3. 분석결과

#### 1) 자영업 생태계 구조 관계 분석 결과

■ 자영업 생태계 연구모형을 분석한 결과, <그림 3>과 같은 관계를 발견

- 모형 검증 결과, 모두 모형적합도를 만족<sup>10)</sup>

<그림 3> 자영업 생태계 구조 관계 분석 결과



\*\*\*, \*\*, \* 유의수준 0.01, 0.05, 0.1에서 유의함

#### 2) 요인별 세부 분석 내용

##### (1) 외부 경쟁 요인 내 변수가 자영업 매출에 미치는 영향

■ 자영업 매출에 영향을 미치는 외부 경쟁요인은 대형종합소매점 매출과 온라인쇼핑물 거래액이며, 프랜차이즈 본사 수는 영향을 미치지 않음

10) 모형적합도 및 분석결과 표는 [부록 5] 참조

- **(대형종합소매점 → ⊖자영업매출)** 대형종합소매점 매출 증가는 자영업 매출을 감소시키는 것으로 나타남
  - 이는 많은 선행연구에서 밝힌 바와 같이 차별화된 가격과 편리한 서비스를 경쟁력으로 하는 대형종합소매점의 증가가 자영업 생태계에 대체재로 진입하여 도소매와 식음 자영업 영역에 영향을 미쳤다고 볼 수 있음
- **(온라인쇼핑몰거래액 → ⊖자영업매출)** 온라인쇼핑몰거래액 증가는 자영업 매출을 감소시키는 것으로 나타남
  - 온라인쇼핑몰을 병행하는 일부 자영업자들에게는 긍정적으로 작용할 수 있으나 도소매 및 식음업종의 전체 자영업 생태계 내에서는 부정적 영향
- **(프랜차이즈 본사수 → 자영업매출)** 프랜차이즈 본사 수와 자영업 매출과의 관계는 유의하지 않게 나타났는데, 이는 여러 복합적 요인이 작용했기 때문으로 보임
  - 프랜차이즈는 경험과 노하우가 부족한 사람이 자영업 시장에 안정적으로 진입 할 수 있는 기회를 제공(홍민기·오상봉, 2019)하지만, 도소매와 식음업종 전체 생태계 내에서는 비가맹점의 매출액을 가져오는 이전효과의 영향도 있을 수 있음

## (2) 물리적 경영환경 요인 내 변수가 자영업 매출에 미치는 영향

### ■ 물리적 경영환경 요인인 지가지수의 증가는 자영업 매출을 상승시킴

- **(지가지수 → ⊕자영업매출)** 이는 지가가 높은 곳에 유동인구가 많거나 소비력이 높을 가능성이 크기 때문인 것으로 유추 할 수 있음

## (3) 사회안전망 요인 내 변수가 비임금근로자 수에 미치는 영향

### ■ 사회안전망 변수로 설정한 인건비와 고용보험 성립률은 비임금근로자 수에 영향을 미치는 것으로 확인됨

- **(인건비<sup>11)</sup> → ⊕비임금근로자 수)** 인건비 상승이 비임금근로자로 표현되는 자영업자 수를 증가시키는 것이 모순적으로 보일 수 있으나, 이는 비임금근로자 가운데 고용원이 있는 자영업자의 영향이 더 우세하게 반영된 결과로 추정

11) 본 연구에서 이용한 인건비는 한국은행에서 제공하는 도·소매업 및 식음업 급여로 최저임금을 의미하는 것이 아니며, 분석에 이용한 비임금근로자는 2018년 12월까지 월별 데이터임

- 인건비 상승이 자영업자에게 부담을 줄 수도 있는 반면에 미취업자로 있던 사람들을 고용 시장으로 유입시키는 효과도 유추 가능
- 또한, 고용원이 없는 자영업자에게는 영향이 없는 반면 직원을 구하기 힘들었던 자영업자들이 고용원이 있는 자영업자로 일부 편입했을 수도 있으며, 인건비의 상승으로 무급가족 종사자들이 임금시장으로 진입 가능
- 마지막으로 다음에서 언급될 고용보험 가입의 증가가 양성화되어 고용원이 있는 자영업자 증가에 미미하게 영향을 미쳤을 것으로 추정

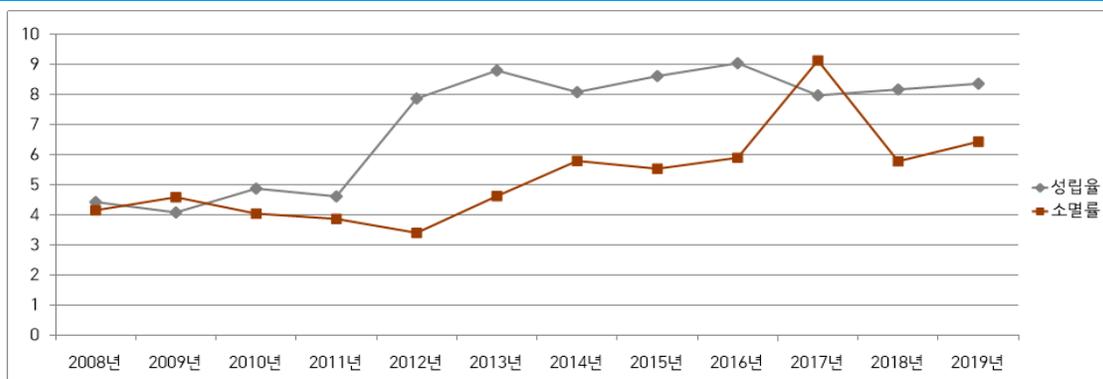
〈표 1〉 인건비가 증가가 자영업 유형별 수에 미치는 차별적 영향

변수	계수	t-value	p-value	A_dj R <sup>2</sup>
고용원이 있는 자영업자	0.15***	15.41	0.000	0.665
고용원이 없는 자영업자	-0.123***	-10.26	0.000	0.467
무급종사자	-0.108***	-3.26	0.001	0.075

\*\*\*, \*\*, \*: 유의수준 0.01, 0.05, 0.1에서 유의함

- (고용보험 성립률 → ⊕비임금근로자 수) 고용보험 성립률 증가는 비임금근로자 수를 증가시키는 것으로 나타남
- 이는 앞서의 언급과 같이 고용보험가입 인식이 확대되어 가입률이 미미하게나마 증가하여 비임금근로자 수에 긍정적인 영향이 있는 것으로 볼 수 있음

〈그림 4〉 도소매 및 숙박음식점 고용보험 성립률·소멸률 추이



주 : 저자 작성

(4) 성과(자영업 활동) 요인 내 변수들 간의 상호영향

■ 성과요인 내 변수들의 영향을 살펴보면, 본 보고서에서 설정한 관계가 모두 영향을 미치는 것으로 나타남

• (⊖자영업매출 ↔ ⊕창업률) 자영업 매출의 증가는 창업을 높이는 것으로 나타난 반면, 창업의 증가는 자영업 매출을 감소시키는 것으로 나타남

- 자영업 매출액이 증가하여 경영성이 좋아지면 창업이 늘어나지만, 창업의 증가는 다시 전체 자영업 경영성을 악화시키는 ‘다산다사(多産多死)’ 형태를 통계상으로도 확인해 주는 결과임

\* 도소매업과 식음업은 대표적인 과밀 업종임

• (자영업매출 → ⊖비임금근로자 수) 자영업의 매출 증가가 비임금근로자 수를 감소시키는 것은 고용원이 없는 자영업자, 무급종사자가 임금근로자로 편입되는 영향이 더 우세하게 작용하기 때문으로 보임

- 자영업 매출이 자영업 유형별 수에 미치는 영향을 확인한 결과, 자영업 매출액 증가는 고용원이 있는 자영업자를 증가시키며, 고용원이 없는 자영업자와 무급종사자를 감소시키는 것으로 나타나 경영환경이 좋아지면 고용을 늘리는 것을 알 수 있음

〈표 2〉 자영업 매출 증가가 자영업 유형별 수에 미치는 차별적 영향

변수	계수	t-value	p-value	A_dj R <sup>2</sup>
고용원이 있는 자영업자	0.222***	13.551	0.000	0.605
고용원이 없는 자영업자	-0.203***	-11.64	0.000	0.531
무급종사자	-0.219***	-4.376	0.000	0.132

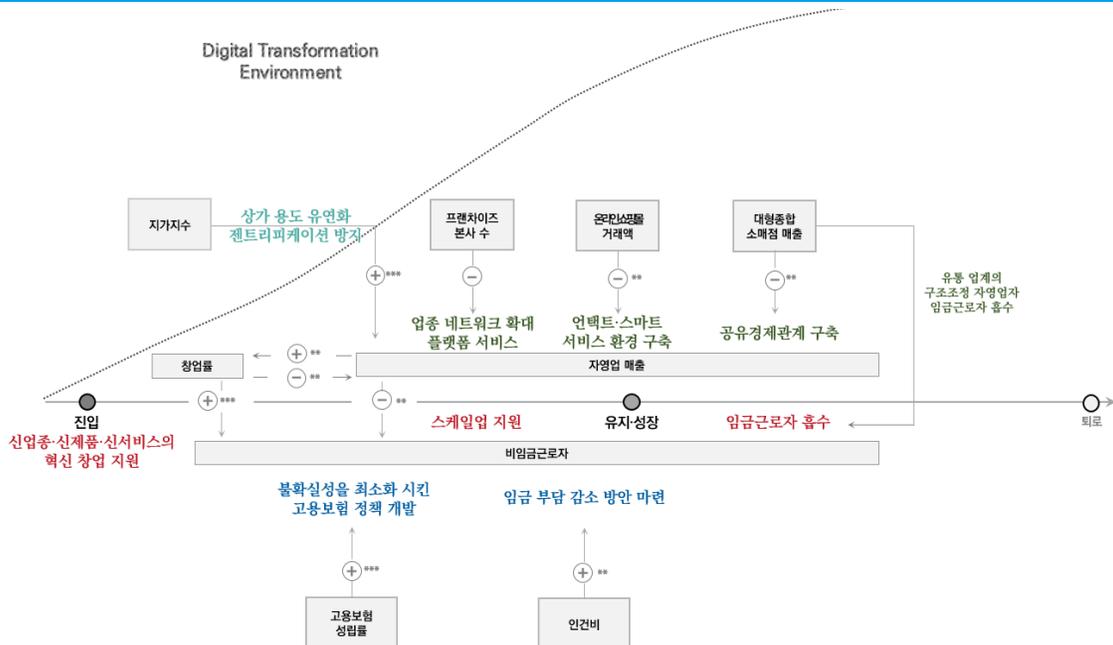
\*\*\*, \*\*, \*: 유의수준 0.01, 0.05, 0.1에서 유의함

• (창업률 → ⊕비임금근로자 수) 창업률의 증가는 자영업자의 확대를 의미하므로 비임금근로자 수를 증가시키는 것은 타당한 결과임

## 4. 포스트 코로나 시대 자영업 생태계 변화 전망과 대응전략

- 창업, 매출, 비임금근로자 수의 자영업 활동의 성과 요인은 외부 경쟁요인, 물리적 경영환경요인, 사회안전망 요인과 대체·경쟁·상생 관계를 이루면서 자영업 생태계를 형성해왔음을 확인
  - 기존의 자영업 생태계에서 대형소매점은 직접적 경쟁관계, 온라인쇼핑몰은 대체관계, 프랜차이즈는 부분적 경쟁 관계가 강하게 나타났음
- 그러나 포스트 코로나 시대의 뉴노멀은 산업 구조를 재편시키고 있으며, 자영업 생태계에 다음과 같은 변화가 예측됨
  - 온라인 쇼핑 중심의 매출 확대가 예상되고, 그에 따른 자영업 매출 감소
  - 온라인 서비스 확대에 따른 상가 임대료 감소는 자영업 창업과 과열 경쟁을 유인
  - 깃 워커(gig worker) 증가 등 노동시장 재편에 따른 비임금근로자들의 노동지위 이동 빈번

〈그림 5〉 포스트 코로나 시대 자영업 성장전략 방안



주 : 저자 작성

- 따라서 자영업자들의 경쟁력과 자생력을 높이고, 체질을 강화하기 위해서는 재편되는 자영업 시장 구조에 맞게 정책을 설정해야 할 필요<그림 5>

## 1) 외부 경쟁 요인을 상생 관계로 재편

- 코로나19 이후 유통산업이 빠르게 재편될 것이 예상되므로, 분석결과의 경쟁 관계를 상생 관계로 전환할 수 있는 정책 필요

- 대형소매점과 프랜차이즈, 온라인쇼핑의 감소는 자영업 매출에 긍정적인 영향을 미치나, 코로나19로 인한 디지털 경제로의 급속한 전환은 이 네 요인을 온라인을 중심으로 새롭게 재편시킬 것이 예상됨

- 대형소매점이 오프라인 매장을 정리하는 상황<sup>12)</sup>

\* 프랜차이즈와 자영업 관계는 유의하지 않음

- 따라서 코로나19 이후 자영업 활성화 정책은 대형마트와 프랜차이즈의 오프라인 장점을 연계하는 등 마이너스 사인을 플러스 사인으로 전환시키는 상생 중심의 방향 전환 필요

- (대형종합소매점) 대형종합소매점 상생방안으로 주차장 및 정보 공유, 기능 융·복합화와 같은 공유경제가 중요

- 대형유통점들의 점포 축소에도 불구하고 남은 오프라인 매장들은 콘텐츠를 수시로 변화시켜야 할 것으로 보이며, 언택트 서비스가 확대되는 상황에서 기능이 상실한 전통시장이나 상점가에 물리적 공간을 늘리는 것은 위험 클 수 있음

- 재택근무, 온라인쇼핑 등의 언택트 경제로 기존 상업 공간의 가치가 떨어질 위험이 있으므로 고객이 몰리지 않는 시간대에 주차장 등 물리적 공간과 앱을 통한 상권 정보를 공유하고, 시너지를 발생할 수 있는 기능 융·복합 방안 마련

\* 스마트 워크 및 비대면 서비스 확산은 장기적인 관점에서 교통체증 완화, 도시중심성 분산, 공간절약으로 인한 상업 부동산 안정으로 이어질 수 있음

12) 매일경제, "대형마트·슈퍼 200개 줄이면 일자리 5만 여개 사라질 판", 2020.02.23.

■ **(온라인쇼핑)** 온라인쇼핑의 경쟁관계를 상생관계로 변화시키기 위해서는 자영업자들의 디지털 네트워크를 확대하여 언택트 서비스가 활발히 이루어질 수 있는 환경 조성 필요

- 자영업자들의 O2O(offline↔online) 서비스 확대를 위해 지역별 공공 배달앱과 장보기 서비스가 구축될 수 있도록 하고, 수수료체계 표준화 마련 및 라이더 라이선스 제도화 등 공정한 배달환경 확립

\* 소상공인연합회 등 전국적 네트워크가 확보된 전문조직이 지자체별 공공앱 관리

- 디지털디바이스 및 IoT 기기, 자영업 점포, 배달 시스템과 연동된 온디맨드(on-demand) 서비스 확대방안 마련

\* 디지털디바이스의 건강체크 기능이나 IoT 기기와 연동된 식품, 건강보조식품의 제공 서비스가 기대되고 있으나 아직 서비스 기업이 없는 상황<sup>13)</sup>

■ **(프랜차이즈)** 프랜차이즈와 자영업자가 상생하기 위해서는 온·오프라인, 온·온라인 거래 모두 불공정거래가 발생하지 않는 공정거래환경을 조성할 필요가 있으며, 이종업종 간 플랫폼 모델 등을 통해 공유 서비스 확대 방안 마련

- 가맹본부 인·허가 절차 신설, 냉각기간(Cooling Preiods)<sup>14)</sup> 제도 도입 고려 등을 통해 온·온라인, 온·오프라인 모두 공정한 가맹사업 환경을 조성하고 O2O 거래에 대한 공정거래 체계 마련

- 단일 업종 뿐 아니라 꽃·커피·제과 등 소비자 동선에 따라 시너지가 발생할 수 있도록 디지털에 기반한 온·오프라인 연계형 프랜차이즈 모델 도입 환경 조성

2) 물리적 경영 환경 요인을 탄력적으로 재편

■ **(지가지수)** 지가지수와 자영업 매출액과의 관계를 지속하기 위한 공간 활용 유연화와 상권 네트워크의 스마트 서비스가 이루어질 수 있는 환경 조성 필요

- 물리적 경영 환경요인인 지가지수 상승은 자영업 매출을 증가시키는 긍정적 요인으로 나타났으나, 지가지수의 계속적 상승은 젠트리피케이션과 임대료 문제를 발생시킬 수 있음

13) ‘일본의 새로운 소비형태, 新subscription 속속 등장’, kotra 해외시장뉴스, 하마다유지 일본 오사카무역관, 2019.08.20.

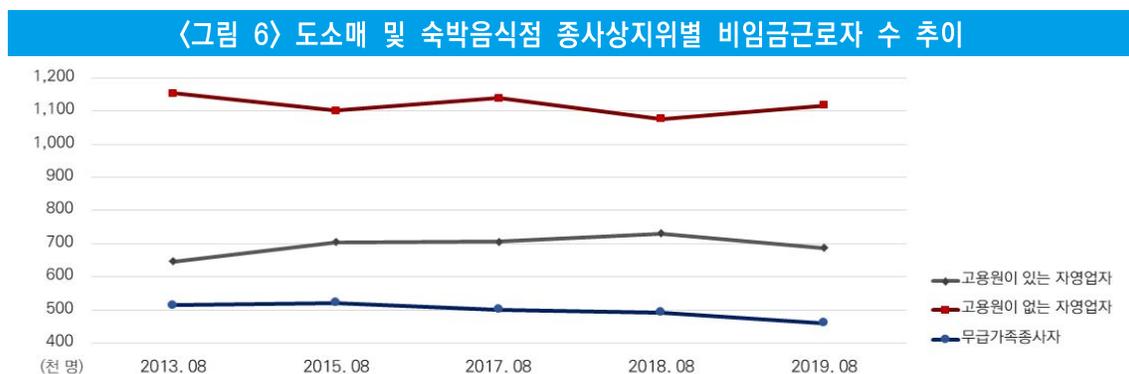
14) 냉각기간이란 비즈니스 계약에 관한 법률에서 주로 적용되는 것으로, 계약서에 서명한 후 일정 기간 내에 계약을 파기할 수 있는 권리를 부여하는 것을 의미

- 지역 상권을 활성화시키기 위해서는 소비자들이 선호하는 용도로 탄력적으로 바꿀 수 있는 제도적 장치 필요
  - 「집합건물의 소유 및 관리에 관한 법률」, 「건축법」의 용도변경 유연화 및 절차 간소화, 복수 사업자등록 일반화로 자영업자들이 변화에 빠르게 대응할 수 있는 환경 조성
- 상권활성화가 지속될 수 있도록 다양한 산업과의 연계 방안 마련
  - 미국 벨링턴시에서는 버스 공사와 상인회가 공동으로 주차 및 버스 요금의 25센트 할인 티켓을 발행하여 고객의 유입률을 높임
- 다른 한 축으로 디지털 경제의 확대가 오프라인 자영업자의 폐업과 상권의 상호 네트워크를 급격히 파괴시키지 않도록 젠트리피케이션 관점에서 상권관리 필요
  - 협업의 가치가 있는 소공인 클러스터와 같은 지역은 자가연동형 권리금제도와 같은 보상 장치를 마련할 필요가 있으며, 문화가치가 있을 시 보존 방안 모색

### 3) 임금 유지 및 노동시장 재편에 대한 사회안전망 정책 설계

#### ■ 분석결과와 디지털 경제화로 인한 노동시장 재편을 동시에 고려한 사회안전망 정책 고려

- 도소매·식음업의 종사상지위별 비임금근로자 수 추이는 본 연구의 시간적 범위인 2018년까지 관측한 바에 따라 나타났으나, 2019년에는 고용원이 있는 자영업자 수와 고용원이 없는 자영업자 수가 분석결과와 대비



주 : 저자 작성

- 자영업 전체업종의 비임금근로자 수와 임금근로자 수 추이를 함께 확인한 결과, <표 3>에서와 같이 비임금근로자 전체업종에서 도소매 및 식음·숙박업과 같은 현상이 나타났으며, 임금근로자는 증가 추세를 보임

- 이는 2019년 비임금근로자 수가 분석결과와 대비 되더라도 그것이 일시적인 충격일지 구조적인 충격일지는 향후 좀 더 검토되어야 할 것으로 판단됨
- 또한, 모든 비임금근로자 업종에서 이러한 추이가 나타나면서 임금근로자 수가 증가하는 것으로 판단하건데 본 연구에서 고려하지 못한 외부적 요인 즉, 디지털화에 의한 노동시장 재편이 가장 타당한 원인으로 보임

〈표 3〉 업종별 비임금근로자 및 임금근로자 수 추이

(단위 : 천 명)

변수		2013. 08	2015. 08	2017. 08	2018. 08	2019. 08	2019/2018
고용유 有 자영업자	전체	1,526	1,624	1,580	1,651	1,535	-7.6%
	도소매·식음숙박	646	705	706	731	687	-6.4%
고용원無 자영업자	전체	4,271	4,055	4,153	4,030	4,127	2.4%
	도소매·식음숙박	1,154	1,101	1,139	1,076	1,117	3.7%
무급종사자	전체	1,313	1,216	1,165	1,181	1,138	-3.8%
	도소매·식음숙박	514	522	501	493	461	-6.9%
임금근로자		18,403	19,474	20,006	20,045	20,559	2.5%

주 : 크기의 차이는 있으나 비임금근로자의 모든 업종에서 2018년 대비 2019년도에 고용원이 있는 자영업자는 감소, 고용원이 없는 자영업자는 증가, 무급가족종사자 수는 감소 패턴을 보임

- 따라서 자영업 활성화를 위한 적절한 임금 수준 유지와 디지털 경제 전환으로 인한 노동시장 재편을 동시에 고려한 고용자들의 임금 부담을 흡수할 수 있는 자영업 성장 모델 방안이 필요
- (인건비) 임금근로자로 노동이동 촉진과 디지털경제 전환에 의한 새로운 일자리의 임금 대비책 필요
- 디지털경제 전환에 의한 자영업자 감소 및 깃 워커(gig worker) 증가에 따른 임금체계 등 대비책 마련
- (고용보험) 자영업자들의 역량을 강화하고 사회안전망을 확대하기 위해서는 불확실성을 감소시킬 수 있는 유인의 고용보험 정책 필요
- 코로나19와 같은 위험에 노출되어 있음에도 불구하고 자영업자의 고용보험 가입률이 낮은 것은 언제 폐업할지 모르는 불확실성에서 기인
  - 자영업자들의 고용보험 가입률을 높이고 사회안전망을 강화하기 위해서는 면밀한 설계를 기반으로 한 ‘고용보험 해지 시 선택적 환급’, ‘소득보장보험’ 등 도입 고려
- \* 자영업의 이질성을 고려한 촘촘한 구분을 통해 특화된 사회정책 설계

#### 4) 혁신 기반의 자영업 성장 정책 설계

■ 자영업매출, 창업률, 비임금근로자 수의 분석 관계를 비추어 봤을 때, 보호의 고용 정책과 함께 자영업 혁신을 통한 성장 지원정책 필요

- 분석결과로 나타난 자영업매출, 창업률, 비임금근로자수 변수 간 관계를 보면, ‘혁신창업을 활성화하여 임금근로자로 흡수’하는 단계별 선순환 정책이 매우 중요함을 시사

- 도소매·식음업의 창업은 자영업 전체 시장을 위축시키고 자영업 매출의 증가는 창업을 증가시키는 악순환을 나타내고 있어, 디지털 경제에 맞는 신업종·신제품·신서비스 창업지원으로 대폭적으로 전환할 필요

- 창업율과 비임금근로자 수의 결과 또한 지속고용이 될 수 있는 혁신 업종의 창업이 중요함을 시사

- 자영업 매출 상승으로 중소기업으로 성장하고 고용을 늘릴 수 있도록 혁신 창업을 기반으로 온디맨드 및 비대면 서비스 등 다각적 지원 필요

■ (창업률) 인구구조 및 소비패턴 변화, 디지털이 융합한 새로운 소비 수요에 대한 신업종·신제품·신서비스의 혁신 창업 지원으로 자영업 정책 도모

- 온디맨드, 모바일소비, 서비타이제이션 등 디지털과 관련한 서비스가 수요시장에서 새로운 규범으로 작용하게 된 환경에서 이와 연관된 신업종·신제품·신서비스의 혁신 창업 중심으로 지원

- \* 경험을 제공하는 ‘서비스 점포’, 서브스크립션(subscription)<sup>15)</sup> 업종, 커스터마이징샵(customizing shop), 구매대행 샵, 빈 점포의 pickup store 등

- 혁신 창업이 활발하게 이루어질 수 있도록 지역 대학 등과 연계한 자영업자 디지털 교육 방안 마련

■ (자영업 매출) 성장성 분야의 혁신 창업 자영업자에게 다양한 분야의 파트너십 기회 제공으로 매출을 증가시키고 성장 할 수 있는 기회 확대

- 자영업 매출액 증가는 고용이 있는 자영업자를 증가시키므로 혁신 창업이 성장으로 연결되어 고용이 늘어날 수 있도록 플랫폼, 데이터분석, 마케팅 등 다양한 파트너십이 연계될 수 있도록 지원

15) 서브스크립션은 정기구독을 의미하는 용어이나, 최근에는 고객들에게 정액 서비스를 제공하고 정기적으로 이용료를 징수하는 판매방식으로 화장품을 털어 판매하는 매장, 의류 대여점 등의 형태가 있음

## 참고자료

이유태(2012), 「소상공인 생태계 관리」, 부경대학교.

전인우(2017), 「소상공인 과밀업종 기준모델 개발」, 중소기업연구원.

정은애·성현곤(2016), 「온라인 거래액과 주요 소매업종 유형별 매출액의 영향관계 분석: 백화점, 대형마트, 전문소매점 월별 매출액을 중심으로」, 국토계획.

최유경·홍의표·김종천(2019), 「중소기업 사업조정 시행세칙 정비방안 연구」, 중소벤처기업부·한국법제연구원.

홍민기·오상봉(2018), 「자영업 경영상황의 동태적 변화 분석」, 한국노동연구원.

(사)한국ICT융합네트워크(2019), 「스마트 제조혁신 전략」, 중소기업기술정보진흥원.

[부록 1] 주요 선행연구

요인	연구자	분석결과
대형종합 소매점	서진형·조춘한 (2019)	대형마트가 출점은 주변점포와 상관전체의 매출활성화에 기여
	김양중·이민정 (2019)	대형마트의 경우, 소상공인과 멀리 있을수록 소상공인 이윤이 증가하는 것으로 확인
	권은지·전현배 (2016)	SSM이 진입한 시, 군, 구에서의 소매업체 증가 수가 비진입 지역보다 높음
	신우진(2012)	대형마트 입점이 개인 슈퍼마켓의 상권을 잠식
	류주현(2004)	연구에서도 식품부문을 강화한 대형마트의 진입이 식·음료품 소매업의 폐업을 유발(류주현, 2004)
온라인 쇼핑물 거래액	정은애·성현곤 (2016)	온라인 거래액은 전문 소매점 매출액에 부(-)의 영향을 미침
	김찬영·조윤호 (2008)	온라인 쇼핑물 규모의 확대는 오프라인 전통적 소매업자들의 매출 하락에 영향을 줌
공시지가	정은애·성현곤(2016)	아파트 평균 가격이 서비스, 소매, 식음업종에 미치는 영향을 증명
	최유나·정의철(2012)	공시지가가 편의점 성과에 미치는 영향
	김수현·김태현· 임하나·최창규(2015)	지가지수가 소매업 매출액에 미치는 영향
프랜차이즈 본사	오상봉(2019)	가맹점은 비가맹점에 비해 영업이익이 약간 더 높지만, 가맹점의 매출액은 거의 2배에 달하여도 영업이익률이 절반밖에 되지 않는다고 하였음
	김성태·김명규·임 병인(2014)	자영업자들이 프랜차이즈에 가입하게 되면 매출은 증가하지만 영업이익은 감소
경제활동 인구	남윤미(2017)	인구, 인구증가율 및 일인당 소득은 세 업종 모두 자영업체의 폐업률을 높이는 요인(남윤미, 2017)
경제성장률	남윤미(2017)	실질 GDP 증가율이 클수록 폐업위험 감소

**[부록 2] 변수구축 방법**

• **비임금근로자**

통계청에서 제공하는 경제활동인구조사 월별 자료를 활용하였으며, 활용 기간은 2009년 1월부터 2018년 12월까지임('도매 및 소매업'과 '음식점 및 주점업'의 업종별 종사사지위 자료는 연도별로 제공해 전체 자영업 종사사지위별 변수 활용)

• **자영업매출액**

한국은행경제통계시스템에서 제공하는 '도매 및 소매업'과 '음식점 및 주점업'자료를 추출하여 이용(통계청 자료는 2010, 2015년은 경제총조사 자료를 이용해야 하기때문에 한국은행 자료가 더 일관성이 있다고 판단)

• **창업률(생멸률) 변수**

'도매 및 소매업'과 '음식점 및 주점업' 월별 개업률과 폐업률을 구하기 위해 지방행정 인허가 데이터를 추출하여 활용

도매 및 소매업	음식점 및 주점업
약국, 안경업, 동물판매업, 집단급식소식품판매업, 건강기능식품일반판매업, 축산판매업, 식품자동판매기업, 식품판매업 유통전문판매업, 다단계판매업체, 방문판매업, 석유판매업, 담배도매업	제과점영업, 단란주점영업, 유흥주점영업, 관광식당, 관광유흥음식점업, 외국인전용유흥음식점업, 일반음식점업, 휴게음식점업

• **인건비**

인건비 변수는 한국은행 경제통계시스템 제공하는 기업경영분석 자료 중 '도매 및 소매업'과 '음식점 및 주점업'의 급여액 추출

• **종합소매점 매출액**

종합소매점 변수는 한국은행 경제통계시스템에서 제공하는 소분류 단위인 '대형종합소매점' 자료 추출('대형종합소매점'은 대형마트, 백화점, 면세점, 기타 종합 소매점을 포함)

• **온라인거래액**

온라인거래액 변수는 통계청에서 제공하는 온라인거래액 전체 합산 자료 활용(업종별로 제공하는 온라인거래액은 2014년 이전 자료 부재로, '도매 및 소매업'과 '음식점 및 주점업' 관련 업종만 추출하기에는 한계가 있음)

• **지가지수**

한국감정원에서 제공하는 2016년 11월 100을 기준으로 하는 월별 지가지수 자료를 활용(임대료 지수는 분기별 자료이며, 표본 시기별로 분류가 상이하여 지가지수 활용)

• **프랜차이즈 본사 수**

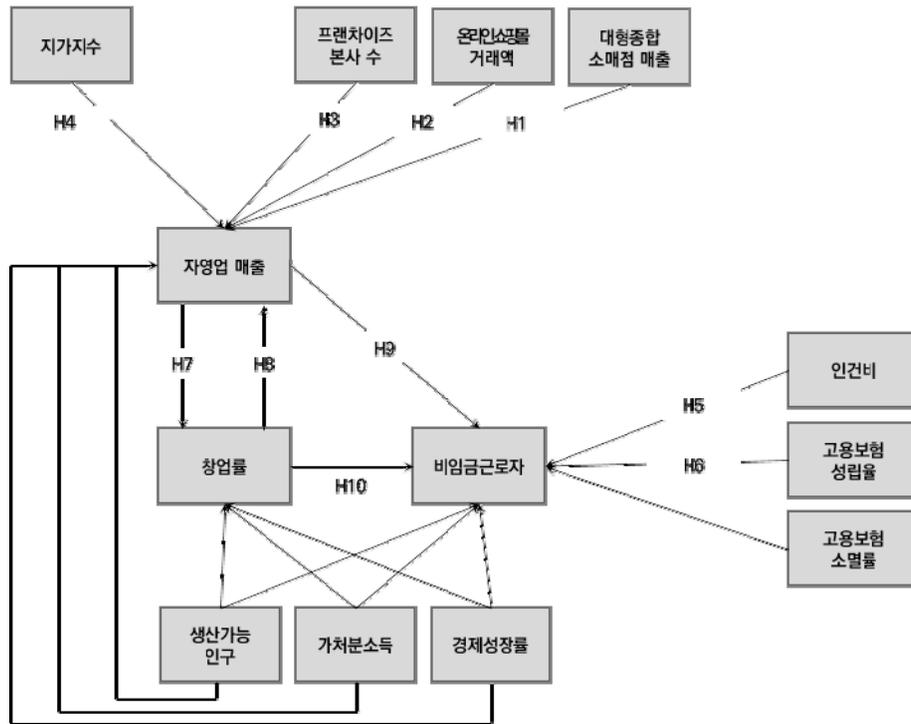
공정거래위원회에서 제공하는 가맹본부, 도·소매업 가맹점수, 외식업 가맹점수 연도별 자료

• **고용보험 성립률**

한국고용정보원에서 제공하는 고용행정통계에서 도·소매업, 숙박음식점업의 월별 신규성립사업자수를 추출하여 자영업자수로 나누어서 구축

[부록 3] 연구 가설

- ① 외부 경쟁 요인 내 변수가 자영업 매출에 미치는 영향
  - H1: 대형종합소매점 매출은 자영업 매출에 영향을 미칠 것이다.
  - H2: 온라인쇼핑몰 거래액은 자영업 매출에 영향을 미칠 것이다.
  - H3: 프랜차이즈 본사 수는 자영업 매출에 영향을 미칠 것이다.
- ② 물리적 경영환경 요인 내 변수가 자영업 매출에 미치는 영향
  - H4: 지가지수는 자영업 매출에 영향을 미칠 것이다.
- ③ 사회안전망 요인 내 변수가 비임금근로자 수에 미치는 영향
  - H5: 인건비는 자영업 비임금근로자 수에 영향을 미칠 것이다.
  - H6: 고용보험 성립률은 자영업 비임금근로자 수에 영향을 미칠 것이다.
- ④ 성과(자영업 활동) 요인내 변수들 간의 상호영향
  - H7: 자영업 매출은 자영업 창업률에 영향을 미칠 것이다.
  - H8: 자영업 창업률은 자영업 매출에 영향을 미칠 것이다.
  - H9: 자영업 매출은 자영업 비임금근로자 수에 영향을 미칠 것이다.
  - H10: 자영업 창업률은 자영업 비임금근로자 수에 영향을 미칠 것이다.



**[부록 4] 주요변수 기초통계분석 결과**

- 월평균 비임금근로자 수는 2,297천명, 연평균 자영업매출액은 약 664조, 월평균 창업수는 1%, 연평균 대형소매점매출액은 약 68조, 월평균 온라인쇼핑몰 거래액은 4.3조, 연평균 프랜차이즈 본사 수는 약 3,278개, 월평균 지가지수는 95.3, 연평균 도소매 및 식음업 자영업자 인건비는 31조, 월평균 고용보험 성립률은 0.6%로 나타남

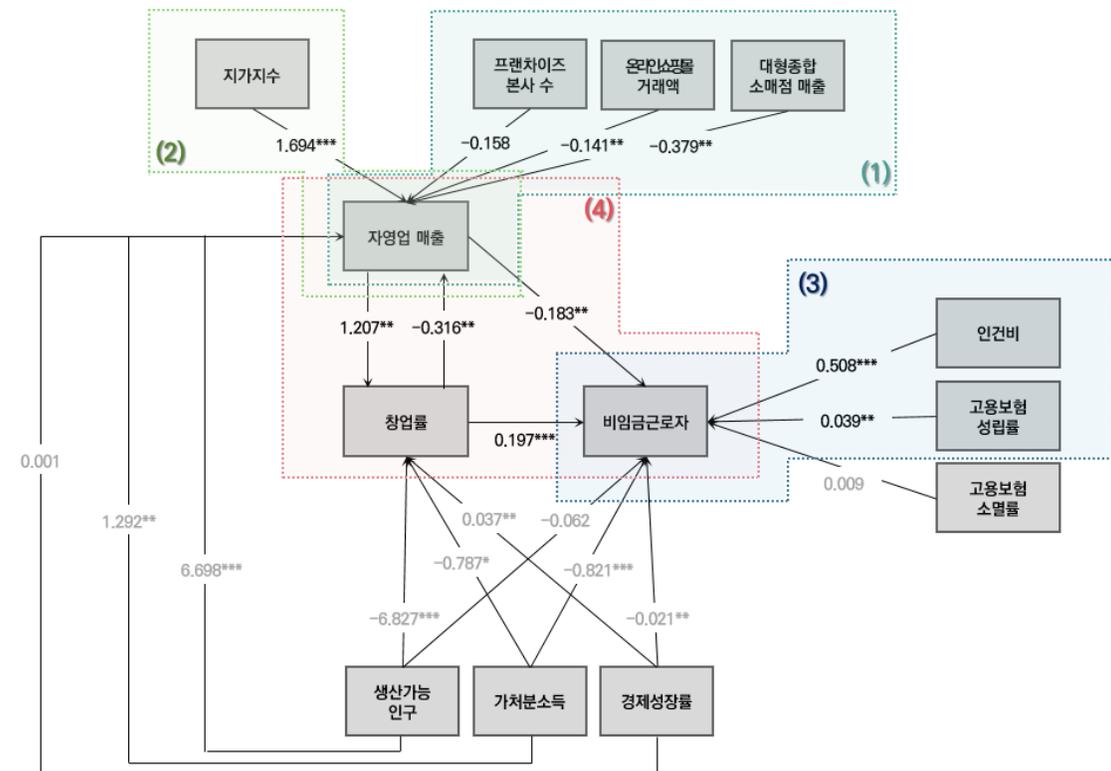
변수	평균	표준편차	최솟값	최댓값
도소매·식음비임금근로자(천명/월)	2,296.6	87.5	2,117.1	2,513.5
도소매·식음 매출액(백만원/연)	664,180,978.7	103,807,860	464,836,311	840,938,096
창업률(%/월)	1.00	0.15	0.66	1.36
대형종합소매점매출액(백만원/연)	67,986,982.6	12,145,093.6	45,981,967	82,110,630
온라인쇼핑몰 거래액(백만원/월)	4,336,459.4	2,476,348.1	1,506,573	10,700,489
프랜차이즈 본사수(개/연)	3,277.6	1,086.7	1,505	4,882
지가지수(%/월)	95.3	5.53	87.6	108.9
인건비(백만원/연)	31,093,099.0	7,734,447.3	19,858,201	44,330,622
고용보험성립률(%/월)	0.6	0.21	0.24	1.27
고용보험소멸률(%/월)	0.44	0.23	0.13	1.49
생산가능인구(천명/월)	37,264,208.7	519,460.2	35,975,623	37,786,682
가처분소득(/연)	1,556,923	214,685.7	1,202,422	1,890,779.4
경제성장률(%/분기)	0.86	0.55	-0.10	3.00

[부록 5] 모형적합도 및 분석 결과

- 절대적합지수에 해당하는  $\chi^2=18.387(d.f=13)$ ,  $p\text{-value}=0.1$ ,  $\chi^2/d.f=1.414$ 로 3보다 작아 기준치 만족하였으며, SRMR=0.012, RMSEA=0.59로 나와 모두 정상 범주 내에 있음을 확인
- 증분적합지수인 CFI=0.988, TLI=0.970로 모두 0.9 이상으로 기준치 만족
- 간명적합지수인 AIC=-1237.59

경로	추정값	표준오차	Z-value	p	표준화계수
자영업 매출 ← 대형종합소매점 매출	-0.379**	0.186	-2.043	0.041	-0.442
자영업 매출 ← 온라인쇼핑몰 거래액	-0.141**	0.065	-2.169	0.030	-0.465
자영업 매출 ← 프랜차이즈 본사수	-0.158	0.164	-0.962	0.336	-0.352
자영업 매출 ← 지가지수	1.694***	0.621	2.729	0.006	0.591
비임금근로자 ← 인건비	0.508***	0.127	4.006	0.000	3.418
비임금근로자 ← 고용보험 성립률	0.039**	0.018	2.200	0.028	0.218
창업률 ← 자영업 매출	1.207**	0.519	2.324	0.020	2.576
자영업 매출 ← 창업률	-0.316**	0.155	-2.039	0.041	-0.148
비임금근로자 ← 자영업 매출	-0.183**	0.073	-2.507	0.012	-0.79
비임금근로자 ← 창업률	0.197***	0.039	5.045	0.000	0.399
CMIN(p-value)			18.387(0.1)		
DF			13		
CMIN/DF			1.414		
SRMR			0.012		
RMSEA			0.059		
CFI			0.988		
TLI			0.970		
AIC			-1237.59		

\*\*\*, \*\*, \*: 유의수준 0.01, 0.05, 0.1에서 유의함



## KOSBI 중소기업 포커스

---

발행인 : 이병헌

편집인 : 전인우

발행처 : 중소기업연구원

서울시 동작구 신대방1가길 77 (신대방동 686-70) (07074)

전화: 02-707-9800, 팩스: 02-707-9894

홈페이지: <http://www.kosbi.re.kr>

인쇄처 : 사단법인 나눔복지연합회

---

- 본지에 게재된 내용은 필자 개인(연구진)의 견해이며, 중소기업연구원의 공식 견해와 일치하지 않을 수도 있습니다.
- 본지의 내용은 상업적으로 사용할 수 없으며, 내용을 인용할 때는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.