

표지·면지

생계형 서비스업 경쟁력 강화를 위한 정책제언

-생계형 서비스업 현황 및 매출액 결정요인 분석을 중심으로-

정책연구실 부연구위원

정 상 희

요약문	1
1. 들어가는 말	4
2. 전산업 소상공인 일반현황	6
1) 사업체 현황	6
2) 종사자 현황	11
3) 경영실적	14
3. 생계형 서비스업 현황	17
1) 사업체 및 종사자 현황	17
2) 경영현황	20
3) 근로환경	23
4) 소결	26
4. 생계형 서비스업 매출액 결정요인	29
1) 기술통계량	29
2) 분석결과	33

목 차

The Institute for Democracy and Policies • 민주정책연구원

5. 결론 및 정책제언	37
1) 결론	37
2) 정책제언	39

본 보고서의 내용은 집필자의 의견이며,
민주정책연구원의 공식 견해가 아님을 밝힙니다.

요 약

- 생계형 업종들 대다수가 상대적으로 적은 자본과 특별한 기술을 필요로 하지 않는 저부가가치 업종으로 낮은 진입장벽을 가짐에 따라 제대로 된 경쟁력을 확보 할 수 없음
 - 대표적인 생계형 업종으로 도소매업, 음식 및 숙박서비스업을 들 수 있는데 해당 업종들은 특별한 기술이 필요치 않아 누구나 쉽게 진입할 수 있으며 경쟁력 강화가 아니라 생존을 위한 과잉경쟁이 극에 달하고 있음
 - 특히, 최근의 베이비 붐 세대의 해당 업종 진입은 기존의 과잉경쟁 환경을 더욱 부추기는 결과를 낳을 것으로 예상됨
- 생계형 업종의 경영환경은 악화되고 있으며 근로환경도 상대적으로 열악한 수준인 것으로 나타남
 - 생계형 업종의 매출액 및 영업이익이 전체적으로 감소하는 경향을 보이면서 경영환경이 악화되고 있음을 보여주는 데 해당 원인 가운데 하나로 베이붐 세대의 해당업종 진입으로 인한 과잉경쟁과 함께 지속적인 경기불황으로 인한 소비심리 약화를 고려해 볼 수 있을 것임
 - 생계형 업종에서는 악화되는 경영실적을 만회하기 위한 방안 가운데 하나로 노동강도를 더욱 강화시키는 것을 생각할 수 있는

데 상대적으로 초과근로 비중과 휴일 없이 일하는 비중이 높게 나타남

○ 생계형 서비스업종의 매출액에 미치는 결정요인을 개인특성, 사업체 입지특성, 사업체 특성 그리고 외부요인 4개의 범주로 구성된 변수를 통하여 분석함

- 개인특성 부분에서는 남성이 여성보다 매출액에 미치는 효과가 더 큰 것으로 나타났으며, 연령이 높을수록 매출액에 미치는 효과 또한 큰 것으로 나타났지만 일정 연령 이상에서는 하락하는 것으로 나타남
- 사업체 입지특성과 관련하여 수도권이 비수도권 보다 매출액이 더 큰 것으로 나타났으며, 백화점 내 상가, 지하상가 등에 입지한 상가보다는 도로변에 입지한 상가의 매출액이 더 큰 것으로 나타남
- 사업체 특성의 경우 개인서비스업보다는 다른 생계형 업종의 매출액이 더 많은 것으로 나타났으며, 프랜차이즈 형태의 사업체, 이전에 동일한 사업경험이 있는 경우, 창업 준비기간이 긴 경우 그리고 협회 또는 단체 등에 가입했을 때 매출액에 양의 효과를 나타냄
- 마지막으로 주변에 경쟁업체가 있는 경우가 상대적으로 경쟁업체가 없을 때보다 매출액에 미치는 효과가 더 큰 것으로 나타남

○ 생계형 서비스업 경쟁력 강화를 위한 정책제언

- 전직지원서비스 활성화를 통한 생계형 서비스업 진입 최소화
- 상권관리위원회 활성화를 통한 경쟁력 강화

- 프랜차이즈 창업 활성화 유도
- 적합업종에 대한 실효성 제고
- 자영업자에 대한 사회보험 확대
- 관련 단체 및 협회 그리고 협동조합 참여 활성화
- 전통시장 시설현대화와 시장경영혁신을 위한 지속적인 지원과 함께 전통시장과 골목상권의 연계지원 방안 강구



생계형 서비스업 현황 및 매출액 결정요인 분석

- 도소매업, 숙박 및 음식점업 그리고 개인서비스업 소상공인을 중심으로

정 상 희

(정책연구실 부연구위원)

1. 들어가는 말

○ 소상공인은 우리 경제를 지탱하는 든든한 버팀목으로서 그 역할을 수행함

- 소상공인 사업체는 2013년 전국사업체조사 기준 국내 전산업 사업체의 85.5%를 차지하고 있으며, 종사자수는 32%를 차지하는 등 국내 경제에서 중추적인 역할을 담당함

- 소상공인은 대체로 생계형 업종이 상당히 큰 비중을 차지하고 있으며 대부분의 사업체가 영세한 규모의 1인 사업체 또는 가족사업체 형태를 띠고 있어 가계와 직접적인 연결고리를 가지고 있음

○ 고용없는 성장이 지속되고 있는 우리 경제에서 생계유지를 위한 대안으로 생계형 업종으로의 창업이 지속적으로 증가

- 경제위기로 인한 저성장은 취업경쟁을 더욱 부추기는 상황에 직면하게 하고 있으며 취업을 포기한 취업준비생들의 경우 이에 대한 대안으로 생계형 창업을 선택함

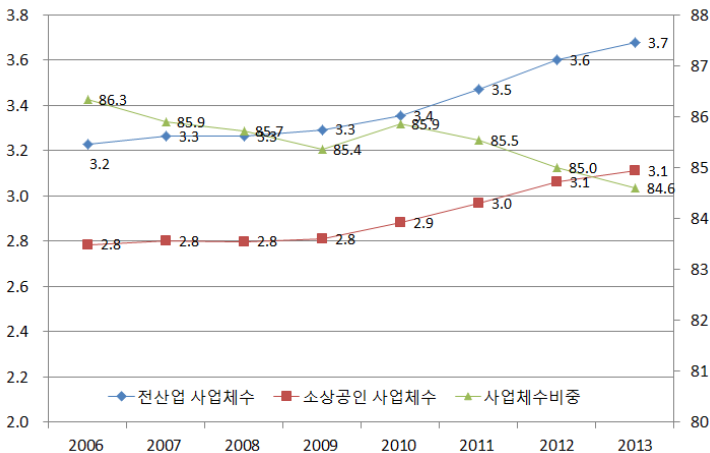
- 이와 함께 베이비부머 세대의 은퇴시기가 본격화 되고 있는 시점에서 이들 세대의 재취업도 용의치 않음에 따라서 은퇴 후 쉽게 진입할 수 있는 업종으로의 창업이 증가하는 상황임
- 생계를 위해 창업하고 있는 업종들 대다수가 상대적으로 적은 자본과 특별한 기술이 필요치 않는 저부가가치 업종이 대다수임
 - 대표적인 업종으로는 도소매업, 음식 및 숙박서비스업 등의 생계형 업종으로 해당 업종들은 낮은 진입장벽으로 인해 누구나 쉽게 진출할 수 있어 제대로 된 경쟁력을 확보하는데에는 한계를 지님
 - 생계형 업종으로의 과도한 진입은 업체 간 과잉경쟁을 유발할 수 밖에 없는 환경에 직면하게 하며 결과적으로 낮은 생존율과 함께 저부가가치를 창출할 수 밖에 없는 구조를 낳고 있음
 - 이와 함께 대기업의 무분별한 생계형 업종 진출은 해당 부문 종사자들의 생계를 더욱 위협하는 요인으로 작용함
- 본고에서는 사업체와 종사자수, 경영실적 그리고 근로환경을 중심으로 생계형 업종 소상공인에 대한 전반적인 현황을 분석하고자 함
 - 실제 분석은 생계형 업종 소상공인 가운데 도소매업, 음식 및 숙박업 그리고 개인서비스업을 중심으로 실태파악 및 매출액에 영향을 미치는 요인을 분석하고자 함
 - 실태파악은 통계청의 전국사업체조사, 도소매업조사, 서비스업조사 그리고 경제총조사 자료를 활용하며, 매출액 결정요인 분석은 2013년 소상공인 실태조사 자료를 활용함
 - 생계형 서비스업 실태 및 매출액 영향요인 분석을 통하여 해당 업종의 경쟁력을 강화하기 위해 필요한 정책적 대안을 마련

2. 전산업 소상공인 일반현황

1) 사업체 현황

- 2006~2013년 동안 전산업 사업체수 증감은 소상공인 사업체수 증감에 큰 영향을 받는 것으로 나타남(그림 1 참조)
- 해당 기간 전산업 사업체수는 24만개 가량 증가하였으며 이 가운데 소상공인 사업체는 18만개 가량으로, 증가한 전체 사업체의 75% 정도를 차지함
- 국내 전산업 사업체수는 2008년 글로벌 금융위기로 사업체수 증가가 정체된 이후 지속적으로 증가하여 2012년 360만개 정도로 최고치를 기록한 후 2013년 350만개 정도로 감소하기 시작함
- 소상공인 사업체수는 2006년 278만개에서 2012년 310만개로 지속적으로 증가하다가 2013년 300만개로 10만개 정도 감소함

〈그림 1〉 소상공인 사업체수 추이



자료) 통계청, 전국사업체조사

- 대부분 소상공인 사업체는 1인 사업체 중심의 개인사업체로, 2006~2011년 동안 개인사업체수는 250만개에서 260만개로 10만개 정도 증가함(표 1 참조)
- 개인사업체 가운데 1인 사업체가 50%에 가까운 비중을 보이고 있으며 4인 이하의 소상공인 사업체가 개인사업체의 대다수를 차지하는 것으로 나타남
- 특히 2인 이하의 사업체 비중이 개인사업체 전체의 80%를 차지하고 있는 것으로 나타나 해당 사업체가 상당히 열악한 형태로 운영되고 있다는 점을 어느정도 유추할 수 있을 것임
- 이와 함께 대부분 소상공인 사업체가 생계형 업종임을 감안한다면 해당 사업체의 경영실적은 가계에 직접적인 영향을 미칠 것으로 예상할 수 있음
- 또한 극심한 경쟁환경에서 생존하기 위해서는 더 많은 근로시간과 더 적은 휴일 등을 예상할 수 있음에 따라 1인 사업체의 근로환경도 상대적으로 열악한 수준일 것으로 판단됨

〈표 1〉 조직 형태별·종사자규모별 소상공인 사업체수 추이¹⁾

단위: 개

	조직형태	종사자수					
		1인	2인	3인	4인	5인 이상	전체
2006	개인사업체	1,216,631	853,814	282,573	143,902	52,077	2,548,997
	기타사업체	64,546	56,150	43,519	36,458	36,010	236,683
	전체	1,281,177	909,964	326,092	180,360	88,087	2,785,680
2007	개인사업체	1,197,212	859,212	293,388	149,903	53,199	2,552,914
	기타사업체	67,518	60,094	46,023	38,563	37,529	249,727
	전체	1,264,730	919,306	339,411	188,466	90,728	2,802,641

1) 해당자료는 전국사업체조사 원자료를 사용한 분석결과로 해당 자료를 제공받을 당시 가장 최근 연도가 2011년도임에 따라 2011년까지의 자료를 활용하였으며, 이후 2011년까지 분석된 결과가 제시된 표와 그림은 원자료를 활용한 분석임

	종사자수 조직형태	1인	2인	3인	4인	5인 이상	전체
2008	개인사업체	1,207,219	843,445	292,676	150,335	49,706	2,543,381
	기타사업체	72,335	59,762	47,292	39,419	36,489	255,297
	전체	1,279,554	903,207	339,968	189,754	86,195	2,798,678
2009	개인사업체	1,216,548	833,325	293,352	150,520	49,924	2,543,669
	기타사업체	75,962	63,654	49,444	41,172	37,396	267,628
	전체	1,292,510	896,979	342,796	191,692	87,320	2,811,297
2010	개인사업체	1,257,214	822,568	292,246	190,552	40,265	2,602,845
	기타사업체	86,080	63,612	48,820	43,528	35,889	277,929
	전체	1,343,294	886,180	341,066	234,080	76,154	2,880,774
2011	개인사업체	1,281,041	847,769	305,011	181,200	47,283	2,662,304
	기타사업체	88,665	70,501	56,215	49,274	41,149	305,804
	전체	1,369,706	918,270	361,226	230,474	88,432	2,968,108

주) 기타사업체는 회사법인, 회사이외법인, 비법인단체, 국가 및 지방자치단체의 합임

자료) 통계청, 전국사업체조사 원자료

○ 최근 들어 베이비붐 세대²⁾의 은퇴가 본격화되면서 소상공인 사업체가 급격하게 증가하였는데, 이는 자녀 부양부담, 부족한 노후 준비 등 재취업이 필요하지만 여의치 않은 시장환경으로 인해 자영업 창업을 선택한 것이 주요요인으로 나타남

- 기업의 일반적인 정년 연령을 55세로 할 경우 베이비붐 첫세대인 1955년생들의 은퇴시기는 2010년으로, 은퇴 이후 부족한 노후 준비 등을 위해 재취업이 필요하지만 여건이 여의치 못하여³⁾ 이에 대한 대안으로 생계형 창업이 급증함

2) 한국의 베이비붐 세대는 일반적으로 한국전쟁이 끝난 후 출산율이 급증하기 시작한 1955년을 시점으로 산아제한 정책이 도입되어 출산율이 크게 둔화되기 시작한 1964년까지 9년 동안 태어난 약 712만명에 달하는 연령층임

3) 전국경제인연합회(2012.3)의 중소기업 중견인력 채용과 관련한 조사에 따르면 50대 이상 베이비붐 세대를 채용할 계획이 있는 기업은 9%에 불과한 것으로 나타남

- <표 2>는 2007~2013년의 연령별 신생 기업 비중 추이를 보이고 있는데 해당기간 50대 연령층에서 창업비중이 지속적으로 증가하고 있는 것으로 나타남
- 특히, 2009년 이후 50대 연령층에서 창업비중이 상대적으로 크게 증가하고 있는 것으로 나타나는데 이는 베이비붐 세대의 은퇴와 일정부분 연관을 갖는다고 볼 수 있을 것임

<표 2> 연령별 신생 기업 비중 추이

단위: 개

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
29세 이하	7.6	7.4	7.9	7.2	6.8	6.5	6.1
30~39세	25.9	24.9	26.0	25.1	24.7	24.7	24.3
40~49세	33.6	32.5	33.5	32.4	32.6	32.7	32.8
50~59세	20.8	20.9	22.5	23.2	24.4	25.0	25.3
60세 이상	11.6	10.2	9.9	9.6	10.6	10.9	11.2
연령 미상	0.5	4.1	0.2	2.4	0.9	0.2	0.2

자료) 통계청, 기업생멸행정통계

- 베이비붐 세대의 은퇴와 관련하여 한국개발연구원은 베이비붐 은퇴자수를 2010~2015년 동안 최대 53만명, 2015~2020년 동안 최대 98만명으로 추산하고 있음
- 베이비붐 세대가 제대로 된 창업계획을 세우고 있지 못할 경우 쉽게 창업할 수 있는 분야가 상대적으로 진입장벽이 낮은 생계형 업종임을 감안한다면 해당 업종에서의 경쟁은 더욱 치열하게 진행될 것은 자명함⁴⁾

4) 2013 전국 소상공인 실태조사에 따르면 50대와 60대의 6개월 미만 창업 준비기간은 각각 61.2%와 63.3%로 나타났으며 3개월 미만 창업기간도 각각 34.5%, 39.6%로 20대를 제외하고는 상대적으로 높은 비중을 차지하고 있으며 도소매업, 숙박및음식점업 등이 상대적으로 높은

- <표 3>은 국내 전산업 신생기업의 평균 생존율을 보여주고 있는데 창업 후 2년이 지나면 50% 이상의 기업이 폐업을 하는 것으로 나타났다으며, 5년후 생존율도 30% 수준으로 나타남
- 특히, 주요 생계형 업종 가운데 숙박 및 음식점업의 경우 5년후 생존율은 17.7%로 전산업 평균에 크게 미치지 못하는 것으로 나타났다으며, 1인 사업체의 생존율이 매우 저조한 것이 주요 원인으로 나타남
 - 베이비 붐 세대의 생계형 업종으로의 진입은 해당 업종에서의 경쟁을 더욱 부추기는 원인 중 하나로 작용할 수 있음에 따라 기존의 낮은 생존율을 더욱 낮추는 결과를 야기할 우려가 존재함
 - 따라서 경쟁에서 생존하지 못하고 탈락한 이들을 지원하기 위한 사회안전망 확대는 필수적이며, 이에 대한 대책 마련이 시급함을 의미함

<표 3> 국내 신생기업의 평균 생존율(2012년 기준)

단위: %

구분	종사자수	1년 생존율	2년 생존율	3년 생존율	4년 생존율	5년 생존율
전산업	평균	59.8	46.3	38.0	33.4	30.9
	1인	58.1	44.9	36.7	32.4	30.0
	2인 이상	76.3	61.9	51.7	43.4	42.4
도소매업	평균	55.3	41.7	34.3	29.3	25.6
	1인	53.3	40.0	32.7	27.9	24.3
	2인 이상	76.8	63.0	52.9	45.8	42.4
숙박 및 음식점업	평균	55.0	37.5	27.2	21.9	17.7
	1인	54.0	36.6	26.6	21.4	17.4
	2인 이상	78.5	61.2	47.2	38.2	30.6

비중을 차지함

구분	종사자수	1년 생존율	2년 생존율	3년 생존율	4년 생존율	5년 생존율
개인 서비스업	평균	59.4	48.4	39.4	33.8	30.5
	1인	58.3	47.6	38.5	32.9	29.8
	2인 이상	76.5	60.3	51.7	47.3	44.0

주) 1년 생존율은 1년전에 창업한 기업 중 당해연도(2012)에 생존한 기업 비율로, 2~5년 생존율에 대한 해석도 1년 생존율의 해석과 동일하게 하면 됨

자료) 통계청, 기업생멸행정통계

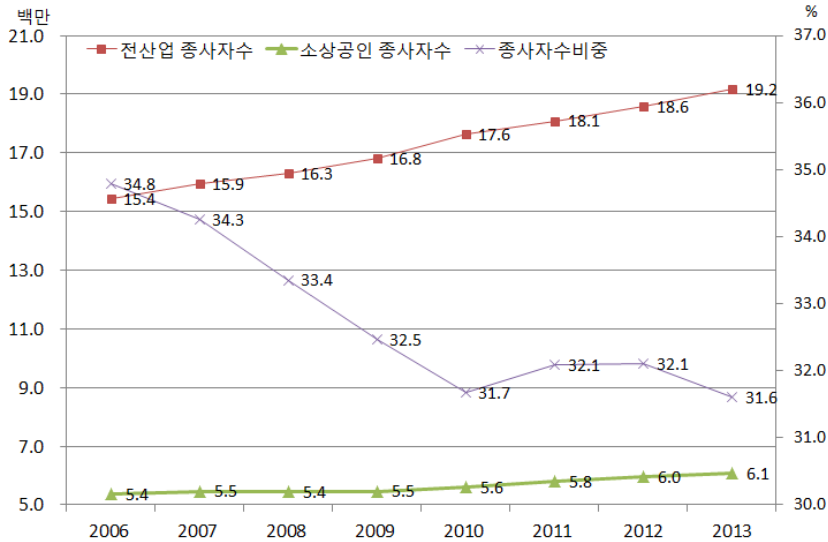
2) 종사자 현황

- 소상공인 사업체 종사자수는 2006년 540만명에서 2013년 580만 명으로 해당기간 동안 40만명 가량 증가함(〈그림 2〉 참조)
 - 국내 전산업 종사자수는 2006년 1,540만명에서 지속적으로 증가하여 2013년 1,810만명으로 해당기간 260만명 가량 증가하였으며, 증가한 종사자수 가운데 소상공인 종사자의 비중은 15.4% 정도로 나타남
 - 소상공인 종사자수가 증가하는 것과는 반대로 전산업 대비 소상공인 종사자수 비중은 전체적으로 감소하고 있는 것으로 나타나 소상공인으로의 종사자수 유입 속도가 상대적으로 떨어지고 있는 것으로 볼 수 있음
 - 구체적으로 2006년 34.8%에서 지속적으로 감소하여 2010년 31.7%까지 감소한 이후 2012년부터 32.1%로 약간 증가하다가 2013부터 감소하기 시작함
- 특히, 소상공인 사업체수가 〈그림 1〉에 나타난 것처럼 2009년까지 일정한 규모로 유지되는 점을 감안하면 해당 기간 종사자수 감소는 소상공인 사업체의 열악한 경영환경을 간접적으로 보여주는

것으로 볼 수 있음

- 이와 함께 종사자수 감소는 1인 사업체의 지속적인 증가를 의미하며 소상공인 사업체가 더욱더 영세화 되고 있음을 예상할 수 있음

〈그림 2〉 소상공인 종사자수 추이



자료) 통계청, 전국사업체조사

○ 사업체당 종사자수 현황을 살펴보면 전산업 사업체당 종사자수는 2008년 이후로 5명이 넘는 이후로 2013년 기준 5.2명인 상태를 지속적으로 유지하고 있음(〈표 4〉 참조)

- 소상공인 사업체의 사업체당 종사자수는 평균 1.9명 수준으로 전 산업 사업체당 종사자수에 크게 미치지 못하고 대부분 소상공인인 2인 규모의 사업체로 영세하게 운영되고 있다고 볼 수 있을 것임
- 소상공인의 낮은 사업체당 종사자 규모는 소상공인 사업체가 상대적으로 많기 때문에 업체당 종사자수가 분산되어 나타난 결과

로도 볼 수 있지만 상대적으로 1인 사업체가 많기 때문에 나타난 결과도 반영하고 있다고 볼 수 있음

- 따라서 정부정책은 사업체당 종사자수가 상대적으로 적게 나타나는 소상공인보다 고용효과가 크게 나타나는 대기업 중심으로 시행될 경향이 강하게 작용할 것으로 예상할 수 있음

〈표 4〉 사업체당 종사자수 추이

단위: 명

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
전체	4.8	4.9	5.0	5.1	5.3	5.2	5.2	5.2
소상공인 전체	1.9	1.9	1.9	1.9	1.9	2.0	1.9	1.9

자료) 통계청, 전국사업체조사

- 종사상 지위에 따른 소상공인 종사자수 현황을 〈표 5〉에 제시하고 있는데 종업원이 없는 자영업주 비중은 46~47%로 나타나 대부분 사업체가 1인 사업체 중심으로 운영됨
- 특히 무급가족종사자까지 합칠 경우 그 비중은 60%에 달하는 것으로 나타나 상당수 소상공인 사업체가 가족사업체 형태로 운영되고 있음을 알 수 있음
- 이와 함께 2011년 상용직 비중이 늘어나긴 하였지만 이전까지는 상용직 비중은 지속적으로 감소하는 대신 임시 및 일용직 비중은 지속적으로 증가하고 있어 소상공인 사업체의 고용형태가 더욱 열악해졌음을 보여줌
- 또한 해당 조사에서 상용직은 고용계약 1년 이상의 종사자가 포함되어 비정규직의 한 형태인 기간제 근로자도 상용직에 포함됨에 따라 열악한 고용형태가 더욱 심화될 가능성을 내포함⁵⁾

〈표 5〉 종사상 지위별 소상공인 종사자수

단위: 명, %

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011
상용직	1,546,720 (28.8)	1,559,221 (28.5)	1,468,344 (27.0)	1,474,938 (27.0)	1,499,134 (26.8)	1,723,584 (29.7)
임시 및 일용직	468,671 (8.7)	535,214 (9.8)	653,116 (12.0)	677,743 (12.4)	697,800 (12.5)	649,526 (11.2)
자영업주	2,556,057 (47.6)	2,561,229 (46.9)	2,555,767 (47.0)	2,555,563 (46.8)	2,617,933 (46.8)	2,669,694 (46.0)
무급가족종사자	743,598 (13.8)	745,486 (13.6)	699,077 (12.9)	694,149 (12.7)	695,880 (12.5)	705,511 (12.2)
기타종사자	55,705 (1.0)	61,108 (1.1)	55,930 (1.0)	56,836 (1.0)	77,781 (1.4)	56,294 (1.0)
합계	5,370,751 (100.0)	5,462,258 (100.0)	5,432,234 (100.0)	5,459,229 (100.0)	5,588,528 (100.0)	5,804,609 (100.0)

자료) 통계청, 전국사업체조사

3) 경영실적

- 2010년 기준 전산업 매출액은 4,300조, 종사자 1인당 매출액은 2.5억으로 나타난 반면 소상공인 사업체의 매출액은 530조원, 종사자 1인당 매출액은 0.9억원임(〈표 6 참조〉)
- 기업규모에 따른 매출액 규모는 중기업, 대기업 그리고 소기업 순으로 기업 규모에 따른 사업체수를 감안한다면 전 산업의 01. %를 차지하고 있는 대기업의 매출액이 전산업 매출액의 30%를 차지함
- 대기업 종사자 1인당 매출액은 5.3억원으로 소상공인 사업체 종사자 1인당 매출액의 6배 정도에 해당함에 따라 기업규모에 따른 생산능력의 차이가 매우 크게 나타나고 있음을 알 수 있음

5) 2010년까지 상용직 비중은 감소하는 대신 임시 및 일용직 비중은 지속적으로 증가하다가 2011년 큰 폭의 상용직 비중 증가는 소상공인의 경영환경을 감안할 경우 기간제 근로자 비중이 증가한 것으로 예상됨

- 이와 함께 소기업과 중기업과 비교할 경우에도 종사자 1인당 매출액 차이는 2억원 정도로 크게 나타나고 있어 기업규모에 따른 양극화가 상당히 크게 나타나고 있음을 알 수 있음

〈표 6〉 국내 전산업 매출액 및 종사자 1인당 매출액 현황(2010년 기준)

(단위: 억원)

구분	매출액	종사자 1인당 매출액
계	42,993,080.4	2.5
소상공인	5,320,620.0	0.9
소기업	12,945,141.5	1.3
중기업	16,628,943.3	3.2
대기업	13,407,882.9	5.3

주) 소기업 항목에서 제시된 값은 소상공인을 포함함

자료) 통계청, 경제총조사

○ 대기업과 중소기업과의 생산성 격차는 더욱 확대되고 있는 상황에서 소상공인 사업체는 과잉경쟁 및 낮은 생산성으로 중소기업 내에서도 양극화가 심화되는 현상을 보임

- 결과적으로 이러한 생산성 차이는 국내 경제 및 산업구조가 대기업 위주로 운영될 수 밖에 없는 현실을 보여주는 것으로 양극화 해소를 위해 강소기업 육성, 중소기업의 경쟁력 강화방안 마련이 시급함을 의미함

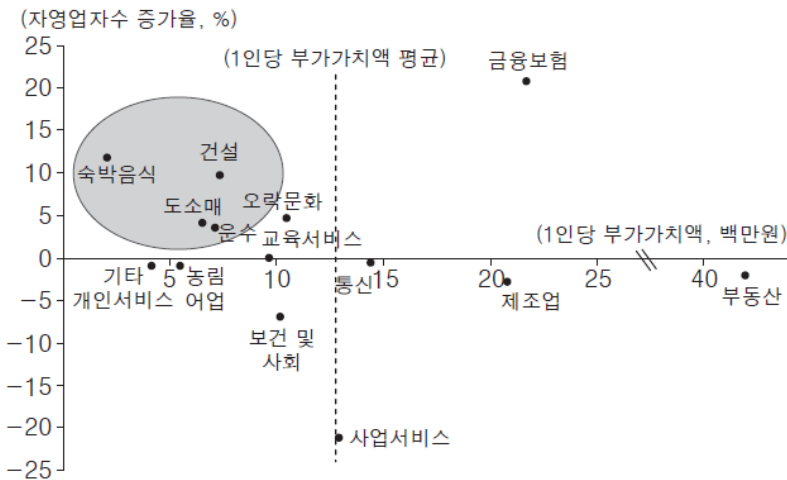
- 또한 중소기업내에서도 기업규모에 따른 생산성 차이가 극명하게 발생하는 만큼 소상공인, 소기업, 중기업으로 구분한 차별화된 지원책이 필요함을 의미함

○ 소상공인 사업체의 열악한 경영실적은 주로 생계형 업종에서 두드

러지게 나타나는데 즉, 자영업 창업이 1인당 부가가치 규모가 낮은 산업 위주로 증가함

- <그림 3>은 산업별로 1인당 부가가치 규모와 자영업자 증가율을 보여주고 있는데 1인당 부가가치액이 낮은 산업에서 자영업자 증가율이 상대적으로 높게 나타남
- 이는 부가가치가 낮은 산업이 상대적으로 진입장벽이 낮아서 자영업자들의 해당 산업으로 쉽게 진출할 수 있음을 의미함
- 즉, 숙박 및 음식점업, 도소매업 등 1인당 부가가치 평균액에도 훨씬 미치지 못하는 업종으로 자영업자 쏠림현상이 나타나는 것으로 볼 수 있음
- 이와 함께 부가가치가 낮은 산업을 중심으로 경쟁력을 강화시킬 수 있는 방안이 강구되어야 함을 보여줌

<그림 3> 산업별·1인당 부가가치 규모에 따른 자영업자 현황



주 : 자영업자수 증가율은 2012년 1분기의 전년동기대비 증가율
 부가가치액은 2012년 1분기 1인당 명목부가가치 창출액
 자료 : 통계청, LG경제연구원

3. 생계형 서비스업 현황

- 대표적인 생계형 서비스업인 도소매업, 음식점 및 숙박업 그리고 개인서비스업 소상공인의 일반적인 현황을 살펴본 후 해당 업종의 매출액에 영향을 미치는 요인을 살펴보고자 함

1) 사업체 및 종사자 현황

- 주요 생계형 서비스 업종 소상공인 사업체수 추이를 살펴보면 전체적으로 사업체수가 증가하고 있는 것으로 나타났으며, 분석 대상 업종 가운데 소매업, 숙박업 그리고 개인서비스업이 해당 업종 내에서 소상공인 비중이 90% 이상으로 상대적으로 높은 비중을 차지함
 - 도매업 사업체수는 2006~2013년 기간동안 5.8만개 가량 증가한 것으로 나타났으며, 연평균 증가율은 3.9%로 분석 업종 가운데 가장 높은 사업체수 증가율을 보임
 - 소매업 사업체수는 2009년까지 지속적으로 감소하다가 이후 증가하기 시작하여 2013년 60만개로 나타났으며, 연평균 증가율은 분석사업체 가운데 가장 낮은 0.3%로 나타남
 - 숙박업, 음식점업 그리고 개인서비스업도 마찬가지로 2006~2013년 동안 사업체수가 증가하였으며, 숙박업이 해당 기간 4천개 정도 증가하여 증가폭이 가장 작은 것으로 나타남

〈표 7〉 주요 생계형 업종 소상공인 사업체수 추이

단위: 명, %

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	연평균 증가율
도매업	191,244 (80.2)	195,324 (79.8)	196,629 (79.6)	197,144 (79.0)	210,033 (80.7)	220,031 (80.8)	238,762 (81.3)	249,725 (80.8)	3.9
소매업	589,497 (94.1)	584,675 (93.9)	574,370 (93.7)	571,436 (93.3)	579,728 (94.0)	591,052 (93.6)	602,057 (92.9)	602,517 (92.5)	0.3
숙박업	42,019 (93.9)	42,854 (93.6)	44,004 (93.8)	44,504 (93.5)	45,568 (94.5)	45,334 (94.1)	45,501 (93.0)	46,647 (92.4)	1.5
음식점업	520,974 (90.3)	519,132 (89.9)	518,382 (89.8)	520,137 (89.6)	535,535 (91.3)	549,433 (90.5)	553,388 (88.6)	559,338 (88.0)	1.0
개인 서비스업	255,025 (94.0)	257,921 (93.9)	260,678 (93.8)	262,787 (93.5)	269,500 (94.1)	273,969 (93.6)	278,340 (93.1)	279,057 (92.8)	1.3

자료) 통계청, 전국사업체조사

주) ()은 해당 업종 전체사업체에서 소상공인이 차지하는 비중임

- 생계형 업종 소상공인 종사자수 추이를 살펴보면 전체적으로 종사자수가 증가한 것으로 나타났으며, 분석 대상 업종 가운데 음식점업의 종사자수 증가폭이 상대적으로 가장 높게 나타남
- 도매업 종사자수는 2006~2013년 동안 8.6만명 정도 증가하였으며, 연평균 증가율은 2.8%로 분석사업체 가운데 가장 높게 나타남
- 특히, 도매업의 경우 소상공인 사업체 종사자수 비중이 전체 도매업 종사자수의 40% 수준이라는 것은 다른 분석 대상 업종보다 상대적으로 더 큰 규모의 사업체(소기업 이상의 사업체)에 종사자가 분산되어 있다고 할 수 있을 것임
- 소매업 종사자수는 해당 사업체수 증감추이와 비슷한 추이를 보이고 있으며 연평균 증가율은 0.6%로 분석사업체 가운데 가장 낮은 것으로 나타남

- 음식점업은 사업체 비중이 분석 사업체 가운데 상대적으로 낮게 나타난 반면 종사자수 비중은 2013년 기준 64%로 가장 높은 비중을 보임에 따라 사업체 규모가 상대적으로 클 것으로 예상할 수 있음

〈표 8〉 주요 생계형 업종 소상공인 종사자수 추이

단위: 명, %

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	연평균 증가율
도매업	403,191 (41.2)	412,266 (40.8)	412,307 (39.4)	413,912 (37.5)	437,755 (39.7)	451,275 (40.3)	472,976 (40.9)	489,464 (39.6)	2.8
소매업	1,001,512 (66.6)	1,001,769 (66.6)	978,029 (65.3)	980,400 (64.4)	1,003,113 (66.2)	1,028,531 (65.9)	1,046,956 (64.8)	1,046,287 (63.7)	0.6
숙박업	79,333 (55.5)	82,664 (55.4)	84,439 (56.4)	85,178 (54.3)	88,302 (56.2)	87,432 (55.9)	87,803 (54.2)	89,137 (53.3)	1.7
음식점업	1,063,451 (69.5)	1,080,756 (69.0)	1,086,718 (68.9)	1,088,531 (68.0)	1,131,002 (70.3)	1,158,236 (68.8)	1,146,940 (65.4)	1,170,619 (64.2)	1.4
개인 서비스업	373,521 (66.0)	380,089 (65.7)	380,526 (64.6)	381,710 (62.3)	390,753 (62.1)	396,775 (60.5)	400,618 (59.4)	399,073 (57.0)	0.9

자료) 통계청, 전국사업체조사

주) ()은 해당 업종 전체사업체에서 소상공인이 차지하는 비중임

- 사업체당 종사자수 현황은 해당 업종 소상공인 사업체 규모를 대략적으로 판단할 수 있는 지표로, 주요 생계형 업종 소상공인 사업체당 종사자는 1.4~2.1명의 범위에 속하고 있는 것으로 나타남
- 소상공인의 기준이 1~4인 규모의 사업체인 점을 감안할 경우 도매업과 음식점업이 중간규모 수준의 사업체 규모를 보임
- 소매업, 숙박업 그리고 개인서비스업의 사업체 규모는 중간규모보다 더 떨어지는 것으로 나타나 상대적으로 영세한 규모로 운영되는 사업체가 많을 것으로 예상할 수 있음

- 특히, 사업체당 종사자 규모가 1.4명으로 가장 적은 개인서비스업의 경우 1인 사업체 형태로 운영되는 사업체가 상당히 큰 비중을 차지하고 있을 것으로 예상됨

〈표 9〉 주요 생계형 업종 소상공인 사업체당 종사자수 현황

단위: 명, %

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
도매업	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.0	2.0
소매업	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7
숙박업	1.9	1.9	1.9	1.9	1.9	1.9	1.9	1.9
음식점업	2.0	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1
개인 서비스업	1.5	1.5	1.5	1.5	1.4	1.4	1.4	1.4

자료) 통계청, 전국사업체조사

주) ()은 해당 업종 전체사업체에서 소상공인이 차지하는 비중임

2) 경영현황

- 기업의 경영실적을 판단할 수 있는 대표적인 지표가 매출액으로 분석 업종 모두 경영환경이 악화되고 있다고 볼 수 있을 것임
 - 2011~2013년 동안 음식점업과 개인서비스업을 제외하고 분석 대상 업종 모두 매출액이 감소한 것으로 나타났으며, 음식점업과 개인서비스업은 2013년 매출액이 증가하였지만 증가폭이 상대적으로 크지 않음에 따라 전체적으로 경영환경이 악화되고 있다고 볼 수 있을 것임
 - 생계형 업종 가운데 도매업과 소매업의 매출액 규모가 100조원 이상으로 시장규모가 상대적으로 크다고 볼 수 있는데 2011~2013년 동안 도매업은 16조원, 소매업은 8조원 가량 매출액이 감소한 것

으로 나타남

- 음식점업은 생계형 업종 가운데 소상공인 사업체와 종사자수가 많이 분포된 업종이지만 매출액 규모는 40조원 수준으로 시장규모가 상대적으로 작다고 볼 수 있음
- 특히, 시장규모가 작다는 것은 해당 업종 종사자에게 분배되는 이익 또한 작을 수 밖에 없으며, 따라서 조금이라도 더 많은 이익을 얻기 위해 나타나는 과잉경쟁을 간접적으로 보여주는 것이라 할 수 있음

〈표 10〉 주요 생계형 업종 소상공인 매출액 추이

단위: 백만원

구분	도매업	소매업	숙박업	음식점업	개인서비스업
2011	151,010,699	126,557,490	2,334,445	42,031,594	13,179,798
2012	147,452,952	120,625,199	2,293,040	41,371,961	12,664,161
2013	135,458,849	118,288,764	2,261,009	42,844,635	12,764,307

자료) 통계청, 도소매업조사, 서비스업조사

주) 인건비는 지난 1년간 유급임원, 상용, 임시 및 일일 종사자에게 지급한 임금, 급료, 상여금, 각종 수당, 퇴직급여 총당금 전입액 및 복리후생비를 모두 합계한 세액 공제 전 총액을 말하며, 현물로 지급한 경우 시가로 환산하여 포함

- 영업이익은 매출액에서 매출원가, 판매비와 관리비, 인건비 등 영업활동과 관련한 영업비용을 제외한 것으로 이를 통하여 기업의 실질적인 경영성과를 어느정도 가늠할 수 있음
- 전체적으로 생계형 업종의 영업이익이 감소하는 것으로 나타나 경영환경이 악화되고 있다고 볼 수 있음
- 상대적으로 경쟁이 치열한 분야에서는 영업활동에 필요한 판매비와 관리비 등의 증가가 발생할 수 밖에 없으며 이는 곧 영업이익과도 직결됨에 따라 생계형 업종의 과잉경쟁으로 인한 영업비용

증가가 영업이익 감소로 나타나고 있다고 볼 수 있음

- 생계형 업종 내에서도 상대적으로 종사자 규모가 큰 업종인 소매업과 음식점업의 영업이익은 2011~2013년 동안 각각 35조원, 16조원 감소하여 종업원수와 영업이익이 어느정도 정(+)의 관계를 보이고 있는 것으로 나타남

〈표 11〉 주요 생계형 업종 소상공인 영업이익의 추이

단위: 백만원

구분	도매업	소매업	숙박업	음식점업	개인서비스업
2011	9,599,490	13,730,714	825,102	9,466,239	4,221,347
2012	10,038,303	11,929,359	783,491	9,620,255	3,511,280
2013	8,960,588	10,283,323	758,906	7,615,318	3,541,383

자료) 통계청, 도소매업조사, 서비스업조사

주) 인건비는 지난 1년간 유급임원, 상용, 임시 및 일일 종사자에게 지급한 임금, 급료, 상여금, 각종 수당, 퇴직급여 총당금 전입액 및 복리후생비를 모두 합계한 세액 공제 전 총액을 말하며, 현물로 지급한 경우 시가로 환산하여 포함

○ 기업의 주된 영업활동 성과를 나타내는 지표인 매출액 영업이익률은 매출액에서 영업이익이 차지하는 비중으로 해당 비중이 크다는 점은 영업활동이 활발하게 진행되고 이에 따른 이익이 크다는 점을 보여줌

- 생계형 업종 전체적으로 매출액 영업이익률이 감소추이를 보임에 따라 경영환경이 지속적으로 악화되고 있는 것으로 나타났으며, 생계형 업종 내에서도 매출액 영업이익률은 매우 큰 차이를 보임
- 매출액 영업이익률은 숙박업에서 가장 크게 나타나는데 2013년 기준 33.6%로 이는 100원의 매출이 발생할 경우 영업이익은 33.6원이라는 의미로 해당 비중이 가장 낮은 도매업보다 6배 정도 높은 수준임

- 특히, 숙박업의 경우 다음의 <표 13>, <표 15>에서 나타난 것처럼 1인당 인건비가 가장 낮은 업종임과 동시에 연간 휴무일수는 거의 없는 것으로 나타나는 등 높은 노동강도로 인한 효과가 일정부분 나타난 결과로 볼 수 있을 것임
- <표 11>에서 제시한 것처럼 영업이익 감소가 크게 나타났던 소매업과 음식점업의 경우 매출액 영업이익률 감소가 상대적으로 작게 나타났다는 것은 매출액 감소폭도 상대적으로 크게 나타났는 것을 의미함에 따라 해당 업종 전체적인 경영환경이 좋지 못하다는 것으로 보여줌

<표 12> 주요 생계형 업종 소상공인 매출액영업이익률 추이

단위: %

구분	도매업	소매업	숙박업	음식점업	개인서비스업
2011	6.4	10.8	35.3	22.5	32.0
2012	6.8	9.9	34.2	23.3	27.7
2013	6.6	8.7	33.6	17.8	27.7

자료) 통계청, 도소매업조사, 서비스업조사

주) 인건비는 지난 1년간 유급임원, 상용, 임시 및 일일 종사자에게 지급한 임금, 급료, 상여금, 각종 수당, 퇴직급여 총당금 전입액 및 복리후생비를 모두 합계한 세액 공제 전 총액을 말하며, 현물로 지급한 경우 시가로 환산하여 포함

3) 근로환경

- 2011~2013년 동안 생계형 업종별 1인당 인건비는 대부분 업종에서 감소한 것으로 나타났으며, 이는 1인 사업체로 운영하는 자영업자 비중이 상대적으로 크다는 점을 유추할 수 있음
- 1인당 인건비가 가장 낮은 숙박업의 2013년 1인당 인건비는 연간 260만원으로 한달에 23만원 수준이며, 2013년 최저임금(1,400만

원)⁶⁾의 18.6% 수준밖에 되지 못함

- 최저임금에 훨씬 못미치는 임금을 받고 일하려는 종사자가 없을 것이라고 판단한다면 해당 업종은 대부분 무급가족종사자를 포함한 자영업자 중심으로 영업활동을 한다고 볼 수 있을 것임⁷⁾
- 따라서 상대적으로 1인당 인건비가 낮게 나타난 숙박업 및 음식점업에서 무급가족종사자를 포함한 자영업자 비중이 높을 것으로 판단됨

〈표 13〉 주요 생계형 업종 소상공인 1인당 인건비 추이

단위: 백만원

구분	도매업	소매업	숙박업	음식점업	개인서비스업
2011	13.3	6.0	2.8	4.4	3.7
2012	15.5	5.7	2.9	3.7	4.0
2013	13.4	5.8	2.6	3.9	3.4

자료) 통계청, 도소매업조사, 서비스업조사

주) 인건비는 지난 1년간 유급임원, 상용, 임시 및 일일 종사자에게 지급한 임금, 급료, 상여금, 각종 수당, 퇴직급여 총당금 전입액 및 복리후생비를 모두 합계한 세액 공제 전 총액을 말하며, 현물로 지급한 경우 시가로 환산하여 포함

○ 도소매업과 숙박 및 음식점업을 중심으로 생계형 업종의 노동강도⁸⁾를 살펴보면 전체적으로 생계형 업종에서의 노동강도는 소비

6) 2013년 시간당 최저임금은 4,860원으로 하루 8시간, 30일, 12개월 기준으로 계산함

7) 종사자수를 구하는 설문문항에는 종사자를 상용근로자, 임시 및 일용근로자, 자영업자, 무급가족종사자, 기타종사자로 구분하고 있으며, 자영업자는 개인사업체를 소유하며 자신의 책임하에 직접 경영하는 자로 정의하고 있음. 인건비의 경우 표 10의 주석의 내용처럼 근로자에게 지급하는 제 수당을 의미함. 따라서 자영업자와 무급가족종사자의 인건비는 포함되지 않지만 전체 종사자에는 포함됨. 결과적으로 1인당 인건비는 해당 업종 소상공인 전체 인건비를 자영업자와 무급가족종사자가 포함된 전체 종사자수로 나눈 것임에 따라 과소추정되었다고 볼 수 있을 것임

8) 해당 내용은 통계청에서 국가통계포털에 게재한 2010년 경제총조사 자료를 사용하여 분석하였으며, 해당 자료에서 개인서비스업은 따로 게재하지 않음에 따라 본 분석에서는 제외함

자의 소비패턴과 일정정도 연관을 갖는다는 것을 대략적으로 유추할 수 있음

- 분석 대상 업종 모두 10시간 이상 근로하는 초과근로 비중이 상대적으로 높게 나타나고 있는데 업종별로 도매업은 35.7%로 가장 낮은 비중을 보이고 있는 반면에 음식점업은 70.2%가 초과근로를 하는 것으로 나타남
- 특히, 음식점업의 경우 14시간 이상 초과근로 비중이 20.5%로 매우 열악한 근무환경에 노출되어 있음을 보여주고 있는데, 이는 음식점업을 이용하는 소비자의 소비패턴과도 일정정도 연관을 갖는 것으로 판단할 수 있을 것임

〈표 14〉 생계형 업종 일일 평균 근로시간 비중(2010년 기준)

단위: %

업종	8시간 미만	8~10 시간	10~12 시간	12~14 시간	14시간 이상
도매업	9.1	55.7	25.0	7.2	3.0
소매업	9.1	43.4	31.2	10.5	5.8
숙박업	6.6	31.5	35.1	14.3	12.6
음식점업	3.9	25.9	34.3	15.4	20.5

자료) 통계청, 경제총조사

주) 근로시간 비중은 해당 업종 소상공인 사업체 가운데 각각의 구간이 차지하는 비중임

- 연간 휴무일수 또한 생계형 업종 종사자들의 근로환경을 파악할 수 있는 지표로 전산업 평균과 비교할 경우 도매업과 개인서비스업을 제외한 다른 업종의 근로환경은 상대적으로 열악하다고 볼 수 있을 것임
- 숙박업의 경우 98.7%가 휴무가 없는 것으로 나타나 근로환경이 매우 열악할 것으로 예상됨

- 숙박업과 음식점업도 마찬가지로 휴무없이 일하는 사업체 비중이 전산업 사업체보다 10%p 이상 높은 것으로 나타나 상대적으로 근로환경이 열악할 것으로 판단됨
- 생계형 업종 종사자 대부분이 개인사업체를 운영하는 자영업자임을 감안한다면 자영업자의 근로조건을 개선하여 삶의 질이 향상될 수 있도록 하는 방안마련이 시급함

〈표 15〉 생계형 업종 연간 휴무일수 비중(2010년 기준)

단위: %

업종	1일	2~3일	4~5일	6~7일	8일이상	휴무없음
전산업	3.2	9.2	36.5	4.2	9.9	25.1
도매업	1.3	5.2	61.9	8.1	13.9	9.7
소매업	5.3	11.8	36.1	3.0	5.8	38.1
숙박업	0.1	0.2	0.4	0.1	0.5	98.7
음식점업	7.0	21.5	29.0	1.6	3.3	37.5
개인서비스업	1.5	9.3	67.1	3.5	6.1	12.6

자료) 통계청, 경제총조사

주) 근로시간 비중은 해당 업종 소상공인 사업체 가운데 각각의 구간이 차지하는 비중임

4) 소결

- 생계형 서비스업의 경우 대체적으로 경기와는 역의 관계를 보이는 현상을 보이고 있음
- 대부분 생계형 서비스업종에서 나타나는 상황은 글로벌 금융위기가 있던 2008~2009년 사이에 사업체수와 종사자수 모두 증가하는 경향을 보이다가 이후에는 다시 감소하는 것으로 나타남
- 이에 대해서는 경제위기의 여파가 임금근로자 및 실업자에게 크게 나타나 이들이 직장을 퇴직 또는 취업을 포기하는 대신에 창업

을 하면서 발생한 현상으로 생각해 볼 수 있을 것임

- 이와 함께 2010년 이후 생계형 서비스업 사업체가 감소하는 현상은 해당 업종에의 과잉경쟁으로 인한 퇴출과 함께 임금근로자로 다시 노동시장에 진입하려는 유인 등이 작용한 결과로 일부분 해석할 수 있을 것임

○ 대부분 생계형 업종에서는 소상공인 사업체의 비중이 90% 정도로 소상공인 중심으로 운영되고 있는 것으로 나타났으며 사업운영도 매우 열악한 상황에서 하고 있는 것으로 판단됨

- 소상공인의 기준이 종사자수 1~5인 미만의 사업체임을 감안한다면 생계형 업종에서 소상공인 사업체 당 종사자수가 2명 이하로 나타나 상대적으로 열악한 경영환경을 보임
- 특히 소상공인 사업체당 종사자수가 2명 이하이라는 점은 많은 소상공인 사업체가 개인 및 가족단위로 사업을 영위하고 있는 것으로 판단할 수 있을 것임

○ 생계형 업종에서 나타나고 있는 또 하나의 특징은 사업체 및 종사자수 증감 폭이 상대적으로 크게 나타나고 있다는 점으로 이는 해당 업종이 상대적으로 진입장벽이 낮고 과잉경쟁이 심하다는 것을 의미함

- 특히 대기업의 경우 상대적으로 안정적으로 경영을 영위하고 있을 것으로 판단할 수 있지만 지표상으로 나타난 대기업의 잦은 변화는 대기업도 생계형 업종에서는 상대적으로 자유롭지 못한 것으로 나타남
- 하지만 생계형 업종에서 대기업 수는 극히 일부분인 반면에 종사

자수는 일정비중을 유지하고 있음에 따라 대기업 수의 변화보다는 종사자수의 변화가 상대적으로 크게 나타남

○ 마지막으로 생계형 업종의 경영환경이 악화되고 있으며 근로환경도 상대적으로 열악한 수준인 것으로 나타남

- 생계형 업종의 매출액 및 영업이익이 전체적으로 감소하는 경향을 보이면서 경영환경이 악화되고 있음을 보여주는 데 해당 원인 가운데 하나로 베이붐 세대의 해당업종 진입으로 인한 과잉경쟁과 함께 지속적인 경기불황으로 인한 소비심리 약화를 고려해 볼 수 있을 것임
- 생계형 업종에서는 악화되는 경영실적을 만회하기 위한 방안 가운데 하나로 노동강도를 더욱 강화시키는 것을 생각할 수 있는데 상대적으로 초과근로 비중과 휴일 없이 일하는 비중이 높게 나타남
- 이는 생계형 업종 종사자 대부분이 개인사업체를 운영하는 자영업자임을 감안한다면 자영업자의 근로조건을 개선하여 삶의 질이 향상될 수 있도록 하는 방안마련이 시급함을 의미함

4. 생계형 서비스업 매출액 결정요인

- 생계형 서비스업 매출액에 영향을 미치는 요인에 대하여 2013 소상공인 실태조사 자료를 사용하여 실증분석함
 - 매출액에 미치는 요인으로서는 다양한 요인이 존재하지만 소상공인 실태조사의 변수를 중심으로 하여 연령, 지역, 종사자수, 산업, 창업준비 기간, 입지유형, 동일한 개인사업 운영경험, 관련 협회 가입여부, 협동조합 가입여부, 주변 경쟁업체 등을 중심으로 분석함
 - 앞선 실태조사에서 언급한 근로환경과 관련한 부분도 매출액에 중요한 요인이 될 수 있지만 해당 조사에는 이와 관련한 설문을 하고 있지 않아서 분석에서 제외함

1) 기술통계량

- 생계형 서비스업 매출액 결정요인을 분석하기 앞서서 분석에 사용되는 변수의 기술통계량을 살펴봄으로써 변수의 특징을 파악하고자 함(〈표 16 참고〉)
 - 변수의 특징은 개인 특성, 사업체 입지 특성, 사업체 특성 그리고 외부요인으로 살펴보고자 함
- 개인특성 변수로는 성별과 연령이 사용됨
 - 변수의 성별 구성은 남성이 45%, 여성이 55%로 여성의 비중이 높게 나타나 임금근로 노동시장과는 반대되는 경향을 보임
 - 연령의 경우 20~90세까지의 분포를 보이고 있으며 평균 연령은 50.7세로 상대적으로 높은 연령대를 유지하고 있는 것으로 나타

나 퇴직자를 위한 재취업 시장이 상대적으로 여의치 못함을 간접적으로 보여준다고 하겠음

- 특히 연령의 제공형태를 변수로 사용한 이유는 일정 연령 이상에서는 인적자본 등이 부식이 됨에 따라 생산력 하락이 발생하고 결과적으로 수익이 하락함에 따라 이를 살펴보기 위함임

○ 사업체 입지특성은 지역, 해당 사업체가 입지한 위치가 변수로 사용됨

- 지역구분은 수도권과 비수도권으로 구분하였으며 수도권에 위치한 사업체의 비중은 30% 정도인 것으로 나타남
- 해당 사업체가 입지한 위치는 전통시장, 도로변 상가 그리고 기타 상가 세가지 형태로 구분하였으며, 전통시장에 입지한 사업체 비중은 10%, 도로변 상가에 입지한 사업체 비중은 59% 그리고 기타 상가의 비중은 31%로 나타남

○ 사업체 특성과 관련된 변수로는 업종, 사업체 형태, 종사자, 동일한 개인사업 운영경험, 창업 준비기간, 관련 협회 또는 단체가입 여부, 협동조합 가입 여부 등의 변수를 사용함

- 업종과 관련한 변수는 생계형 서비스업종의 도매업, 소매업, 숙박업, 음식점업 그리고 개인서비스업을 사용하였으며 가장 큰 비중은 차지하는 변수는 개인서비스업으로 37%로 나타남
- 사업체 형태는 단독사업체와 본점 및 지점으로 구분하였는데 단독사업체는 자영업, 본점 및 지점의 경우 프랜차이즈 형태로 판단할 수 있으며 90% 정도의 사업체가 단독사업체인 것으로 나타남

- 각 사업체의 평균 종사자수는 사업체 사장을 포함하여 평균 1.9명 정도로 직접 고용하거나 무급가족종사자와 같이 운영되고 있을 것으로 판단 할 수 있는데 해당 종사자가 평균 1명이 되지 않을 정도로 사업체가 상당히 영세하다는 것을 보여줌
 - 동일한 개인사업 운영경험 변수는 사업 실패가 다시 사업을 하는데 긍정적인 결과로 나타나는 가를 보여주는 변수로 27% 정도가 동일한 사업을 운영한 경험이 있는 것으로 나타남
 - 창업준비 변수는 창업준비기간이 길수록 상대적으로 실패할 확률이 적다고 판단 할 수 있는데, 분석대상 표본의 창업기간은 1~8개월 정도로 나타났으며 평균 창업준비기간은 4개월 정도인 것으로 나타남
 - 관련 협회 또는 협동조합 가입과 관련하여 협회 및 단체 등에 가입한 사업체 비중은 48%로 나타난 반면에 협동조합에 가입한 사업체 비중은 3% 수준으로 생계형 서비스 업종에서 협동조합은 상대적으로 활성화가 되고 있지 못함을 보여줌
- 외부요인과 관련된 변수로는 해당 사업체와의 경쟁업체를 사용함
- 해당 사업체의 경쟁업체로는 주변의 소형업체 비중이 44%로 가장 크게 나타났으며 주변 대형업체의 비중은 24%, 온라인 마켓의 비중은 9% 수준으로 나타남
 - 이는 소형업체간 경쟁이 상대적으로 심하게 나타나고 있음을 보여주며, 이와 함께 23%의 사업체는 특별한 경쟁상대가 없는 것으로 나타났다는 점은 해당 사업체가 상대적으로 다른 경쟁업체보다 경쟁력 우위를 점하고 있다고 볼 수 있음

- 마지막으로 본 분석의 종속변수로 사용되고 있는 매출액을 살펴보면 20~8,000만원으로 매우 큰 편차를 보이고 있으며, 평균 매출액은 950만원 정도로 나타남
- 매출액의 편차를 최소화하기 위하여 분석에는 매출액에 로그를 취한 값을 종속변수로 사용함

〈표 16〉 기술통계량

구분		표본수	최소값	최대값	평균
개인 특성	성별(기준변수: 여성)	6,185	0	1	0.45
	연령(세)	6,185	20	90	50.69
	연령제곱	6,185	400.00	8,100.00	2,665.92
사업 체 입지 특성	수도권 여부(기준변수: 비수도권)	6,185	.00	1.00	0.31
	전통시장 입지(기준변수: 기타 상가)	6,185	.00	1.00	0.10
	도로변상가 입지(기준변수: 기타 상가)	6,185	.00	1.00	0.59
사업 체 특성	도매업(기준변수: 개인서비스업)	6,185	.00	1.00	0.10
	소매업(기준변수: 개인서비스업)	6,185	.00	1.00	0.25
	숙박업(기준변수: 개인서비스업)	6,185	.00	1.00	0.03
	음식점업(기준변수: 개인서비스업)	6,185	.00	1.00	0.29
	사업체 형태(단독사업체와 본점 및 지점 여부의 더미변수이며 기준변수는 본점 및 지점)	6,185	.00	1.00	0.89
	종사자수(명)	6,185	1.00	5.00	1.88
	동일업종 개인사업 여부(기준변수: 없다)	6,185	.00	1.00	0.27
	창업준비기간(개월)	6,010	1.04	8.00	3.94
	관련 협회 또는 단체 가입여부(기준변수: 미가입)	6,185	.00	1.00	0.48
	협동조합 가입여부(기준변수: 미가입)	6,185	.00	1.00	0.06
	주변 소형업체(기준변수: 경쟁업체가 없다)	6,185	.00	1.00	0.44
외부 요인	주변 대형업체(기준변수: 경쟁업체가 없다)	6,185	.00	1.00	0.24
	인터넷 또는 홈쇼핑(기준변수: 경쟁업체가 없다)	6,185	.00	1.00	0.09

구분	표본수	최소값	최대값	평균
매출액(만원)	6,185	20.00	8,000.00	951.63
로그매출액(종속변수)	6,185	3.00	8.99	6.29
유효수 (목록별)	6,010			

2) 분석결과

- 생계형 서비스업 매출액 결정요인에 대한 분석결과는 <표 17>에 제시하였으며, 변수의 특성별로 결과를 살펴보고자 함
- 개인특성과 관련하여 성별과 연령 모두 매출액에 양(+)의 효과를 보이는 것으로 나타남
 - 성별의 경우 계수값은 0.191로 통계적으로 유의한 것으로 나타났으며, 이는 남성이 여성보다 생계형 서비스업 매출액에 미치는 효과가 상대적으로 크다는 것을 의미함
 - 연령이 증가할수록 매출액에 양의 효과를 미치는 것으로 나타났지만, 앞서 기술통계량에서 언급한 것처럼 연령 제곱 변수값이 음의 값을 가짐에 따라 일정 연령이상에서는 오히려 매출액에 음의 효과를 보이는 것으로 나타남
- 사업체 입지특성과 관련하여 지역으로는 수도권, 상가입지와 관련하여서는 도로변에 입지한 상가에서 매출액 효과가 상대적으로 크게 나타남
 - 지역변수의 계수값은 0.198로 통계적으로 유의한 것으로 나타났으며, 이는 수도권에 입지한 사업체의 매출액이 비수도권에 입지한 사업체의 매출액보다 더 크다는 점을 보임

- 상가입지 변수의 경우 도로변 입지 상가의 계수값이 0.058로 통계적 유의성을 보이고 있는 반면에 전통시장 입지 상가는 통계적으로 유의하지 않지만 음(-)의 값을 가지는 것으로 나타남
- 이를 해석하면 도로변에 입지한 상가의 매출액이 백화점, 쇼핑센터 등 기타 다른 곳에 입지한 상가보다 매출액이 더 크다는 것을 의미하며, 전통시장은 통계적으로 유의하지 않지만 매출액이 더 작다는 것을 의미함

○ 사업체 특성과 관련하여 대부분 변수가 매출액에 양의 효과를 미치는 것으로 나타났으며, 협동조합 가입과 관련된 변수만 통계적 유의성을 보이지 않고 있음

- 분석에 사용된 생계형 서비스업 변수 모두 기준변수로 사용된 개인서비스업보다 더 많은 매출액을 보이는 것으로 나타났으며, 해당 업종 가운데 도매업은 계수값이 1.048로 가장 많은 매출액 효과를 보이는 것으로 나타났으며 음식점업이 매출액 증가효과가 가장 낮은 것으로 나타남
- 사업체 형태와 관련하여 프랜차이즈 형태의 사업체가 단독으로 영업하는 자영업 사업체보다 매출액에 미치는 효과가 더 크다는 것을 보여주고 있는데, 이는 프랜차이즈 형태의 사업체가 상대적으로 체계적이고 지속적인 매장관리 등 차별화를 시도함으로써 나타난 결과로 볼 수 있을 것임
- 종사자수와 관련하여 종사자수가 많을수록 매출액에는 양의 효과를 보이는 것으로 나타났는데, 소상공인 사업체의 종사자수 평균이 2명에 미치지 못하다는 점을 감안한다면 좀 더 많은 종업원 확보를 통해 생산성을 향상시킬 필요가 있다는 것을 의미함

- 동일한 사업체를 운영 경험이 그렇지 않은 경우보다 매출액 향상에 긍정적인 효과를 보이고 있어 사업실패의 경험이 사업을 재기 하는데 있어서 긍정적인 역할을 하는 것으로 볼 수 있을 것임
- 이와 함께 창업 준비기간과 매출사이에는 양의 관계를 보임에 따라 성급하게 창업을 하기 보다는 창업 상담, 관련 교육이수 등 충분한 창업준비기간이 필요함
- 마지막으로 관련 협회 또는 단체 그리고 협동조합 가입이 해당 사업체의 매출액에 양의 효과를 보이는 것으로 나타났지만 협동조합의 경우는 통계적 유의성이 나타나지 않음
- 이는 단체 등에 가입함으로써 제공받을 수 있는 다양한 정보, 단체차원에서 가능한 공공구매, 판로확대 등 다양한 공동행위의 혜택을 일정부분 받아서 나타난 결과로 볼 수 있을 것임

○ 외부요인 변수가 매출액에 미치는 효과를 살펴보면 경쟁업체가 없는 경우보다 경쟁업체가 있을 경우 매출액에 미치는 효과가 상대적으로 큰 것으로 나타남

- 주변에 대형업체가 있을 경우가 경쟁업체가 없을 때 보다 매출액에 양의 효과를 미치는 것으로 나타났으며 통계적 유의성도 보이고 있지만, 주변 소형업체와 인터넷 또는 홈쇼핑 등의 경쟁업체의 경우 통계적 유의성은 보이고 있지 않음
- 특히 해석을 함에 있어서 주의해야 할 부분은 주변 경쟁상대로 대형마트가 있을 경우 매출액에 긍정적인 효과를 미친다는 것이 아니라 분석의 기준이 되는 경쟁상대가 없을 경우에는 대형마트라도 있는 것이 매출액에 양의 효과를 보인다는 것임
- 이는 주변에 대형마트를 포함한 다른 경쟁상대가 있음에 따라 경

쟁에서 우위를 보이기 위해서 상대적으로 더 많은 노력을 기울인
다고 볼 수 있을 것임

〈표 17〉 생계형 서비스업 매출액 결정요인 분석결과

구분		회귀계수(β)	유의수준(P)
상수		4.829***	.000
개인 특성	성별	0.191***	.000
	연령	0.032***	.000
	연령제곱	-0.001***	.000
사업체 입지 특성	수도권 여부	0.198***	.000
	전통시장 입지	-0.007	.854
	도로변상가 입지	0.058*	.014
사업체 특성	도매업	1.048***	.000
	소매업	0.758***	.000
	숙박업	0.598***	.000
	음식점업	0.432***	.000
	사업체 형태	-0.351***	.000
	종사자수	0.427***	.000
	동일사업 운영경험	0.079***	.001
	창업준비기간	0.016***	.001
	관련 협회 또는 단체 가입여부	0.147***	.000
	협동조합 가입여부	0.052	.254
외부 요인	주변 소형업체	0.031	.258
	주변 대형업체	0.065*	.037
	인터넷 또는 홈쇼핑	0.064	.127
F		259.547***	0.000
ADJ-R2		0.450	
표본수 (목록별)		6,010	

주) ***(<0.001, **(<0.01, *(<0.05에서 각각 통계적 유의성을 나타냄

5. 결론 및 정책제언

1) 결론

- 생계형 업종들 대다수가 상대적으로 적은 자본과 특별한 기술을 필요로 하지 않는 저부가가치 업종으로 낮은 진입장벽을 가짐에 따라 제대로 된 경쟁력을 확보 할 수 없음
 - 대표적인 생계형 업종으로 도소매업, 음식 및 숙박서비스업을 들 수 있는데 해당 업종들은 특별한 기술이 필요치 않아 누구나 쉽게 진입할 수 있음
 - 해당 업종으로의 과도한 진입은 결과적으로 업체 간 과잉경쟁을 유발하며 결과적으로 낮은 생존율과 함께 저부가가치를 창출할 수 밖에 없는 구조를 낳고 있음
 - 특히, 최근의 베이비 붐 세대의 해당 업종 진입은 기존의 과잉경쟁 환경을 더욱 부추기는 결과를 낳을 것으로 예상됨
- 대부분 생계형 업종의 사업체당 종사자수는 2명 이하로 상대적으로 열악한 경영환경을 보임
 - 특히 사업체당 종사자수가 2명 이하라는 점은 대부분 생계형 업종 사업체가 개인 및 가족단위로 사업을 영위하고 있는 것으로 판단할 수 있을 것임
 - 즉, 생계형 업종 종사자들의 사업실적은 가계생활에 직접적인 영향을 미치는 것으로 예상할 수 있음
- 글로벌 금융위기가 있던 2008~2009년 사이 생계형 업종 사업체

수와 종사자수 모두 증가하는 경향을 보이다가 이후에는 다시 감소하는 것으로 나타나 대체로 경기와는 역의 관계를 보임

- 이는 경제위기의 여파가 임금근로자 및 실업자에게 까지 확장되면서 이들이 (재)취업을 포기하는 대신 생계를 위해 창업을 하면서 나타난 결과로 생각해 볼 수 있을 것임
- 2010년 이후 생계형 서비스업 사업체 감소현상은 과잉경쟁으로 인한 퇴출과 함께 임금근로자로 다시 노동시장에 진입하려는 유인 등이 작용한 결과로 일정부분 해석할 수 있을 것임

○ 생계형 서비스업종에서 나타나고 있는 또 하나의 현상은 사업체 및 종사자수 증감 폭이 상대적으로 크게 나타나고 있다는 점임

- 이는 해당 업종이 상대적으로 진입장벽이 낮고 과잉경쟁이 심하다는 것을 의미함

○ 생계형 업종의 경영환경은 악화되고 있으며 근로환경도 상대적으로 열악한 수준인 것으로 나타남

- 생계형 업종의 매출액 및 영업이익이 전체적으로 감소하는 경향을 보이면서 경영환경이 악화되고 있음을 보여주는 데 해당 원인 가운데 하나로 베이붐 세대의 해당업종 진입으로 인한 과잉경쟁과 함께 지속적인 경기불황으로 인한 소비심리 약화를 고려해 볼 수 있을 것임
- 생계형 업종에서는 악화되는 경영실적을 만회하기 위한 방안 가운데 하나로 노동강도를 더욱 강화시키는 것을 생각할 수 있는데 상대적으로 초과근로 비중과 휴일 없이 일하는 비중이 높게 나타남

- 이는 생계형 업종 종사자 대부분이 개인사업체를 운영하는 자영업자임을 감안한다면 자영업자의 근로조건을 개선하여 삶의 질이 향상될 수 있도록 하는 방안마련이 시급함을 의미함

○ 생계형 서비스업종의 매출액에 미치는 결정요인을 개인특성, 사업체 입지특성, 사업체 특성 그리고 외부요인 4개의 범주로 구성된 변수를 통하여 분석함

- 개인특성 부분에서는 남성이 여성보다 매출액에 미치는 효과가 더 큰 것으로 나타났으며, 연령이 높을수록 매출액에 미치는 효과 또한 큰 것으로 나타났지만 일정 연령 이상에서는 하락하는 것으로 나타남
- 사업체 입지특성과 관련하여 수도권이 비수도권 보다 매출액이 더 큰 것으로 나타났으며, 백화점 내 상가, 지하상가 등에 입지한 상가보다는 도로변에 입지한 상가의 매출액이 더 큰 것으로 나타남
- 사업체 특성의 경우 개인서비스업보다는 다른 생계형 업종의 매출액이 더 많은 것으로 나타났으며, 프랜차이즈 형태의 사업체, 이전에 동일한 사업경험이 있는 경우, 창업 준비기간이 긴 경우 그리고 협회 또는 단체 등에 가입했을 때 매출액에 양의 효과를 나타냄
- 마지막으로 주변에 경쟁업체가 있는 경우가 상대적으로 경쟁업체가 없을 때보다 매출액에 미치는 효과가 더 큰 것으로 나타남

2) 정책제언

○ 전직지원서비스 활성화를 통한 생계형 서비스업 진입 최소화

- 생계형 서비스업은 여의치 않은 취업시장으로 인해 생계를 위한 수단으로 진출하고 있는 실정임
- 따라서 베이비 부머 세대를 포함한 퇴직인력이 실직상황을 겪지 않고 경력전환을 통해 고용가능성을 높일 수 있도록 전직지원서비스가 활성화 되어야 함
- 전직지원서비스는 미국, 일본 등 주요 선진국에서 체계적으로 운영되고 있지만 1990년대에 국내에 도입된 해당 서비스는 제대로 안착되지 못하고 있음
- 전직지원서비스 활성화를 위해 현재 국회에 계류중인 ‘고령자고용 촉진법개정안’⁹⁾의 통과가 필요하며 노사정의 원만한 협조관계 속에서 체계적인 지원 체계가 구축되어야 함
- 전직지원서비스가 퇴직인력을 주요 대상으로 하고 있는데 이를 더욱 확장하여 자영업자의 업종전환 및 전직을 공공기관이 중심으로 진행할 수 있을 것임

○ 상권관리위원회 활성화를 통한 생계형 서비스업 경쟁력 강화

- 상권관리위원회는 상권을 개발하고 자영업 제반사항을 관리하는 전문기구로 미국, 일본, 영국 등 선진국에서는 일찍이 상권관리기구를 통해서 자영업의 경쟁력 강화를 위한 계획을 수립
- 상권관리위원회를 통해서 상권 재개발 및 상권에서 발생하는 각종 분쟁을 해결하는 역할과 함께 현장에 필요한 실질적인 지원을 가능하도록 활성화 할 필요가 있음

9) 개정안의 주요내용은 300인 이상 사업장의 경우 퇴직(전직)자에 대한 재취업, 창업 알선 등 지원서비스를 의무화하고 있음. 따라서 해당 서비스가 안착될 경우 300인 미만 사업체로까지 확장할 수 있으며 서비스 지원 여건이 되지 않은 사업체는 공공기관 주도로 해당 서비스 제공 가능

- 이미 형성된 기존 상권의 경우 장기적인 관점에서 상권 재개발이 필요하며 단기적으로 상권자체에서 문제가 되는 임대료 문제 등 분쟁해결 및 교육 등을 실시할 수 있을 것임
- 이와 함께 현재 개발중인 신도시 등에는 상권관리위원회를 통해서 체계적인 상권개발을 할 수 있을 것임

○ 상대적으로 위험성이 낮은 프랜차이즈 창업 활성화 유도

- 프랜차이즈는 가맹본부가 가맹자 사업자로 하여금 자신의 상표·서비스·상호·간판, 그 밖의 영업표지를 사용하여 일정한 품질기준에 따라 상품(원재료 및 부재료 포함) 또는 용역을 판매하도록 함과 아울러 이에 따른 경영 및 영업활동 등에 대한 지원·교육의 대가로 가맹금을 지급하는 계속적인 거래관계로 정의함(가맹사업법 제2조 제1호)
- 가맹점은 가맹본부로부터 지속적인 교육 및 지원을 받기 때문에 상대적으로 일반 자영업을 창업할 때 보다 실패의 위험이 적게 나타남
- 앞선 매출액 결정요인에서도 나타난 것처럼 프랜차이즈 형태가 일반 자영업보다 매출액이 더 많은 것으로 나타났으며, 이전 사업경험 여부 또한 매출액에 긍정적인 것으로 나타나 프랜차이즈로 창업할 경우 가맹본부의 사업경험을 간접적으로 전수 받을 수 있음
- 따라서 프랜차이즈 창업을 할 경우 가맹본사에 대한 충분한 정보를 축적하여 신뢰를 가질 수 있는 가맹본사를 선정할 수 있도록 컨설팅이 필요함

- 생계형 서비스업종은 주변 소형업체와의 경쟁과 함께 대형업체와의 경쟁까지 함께하는 이중고를 겪고 있음에 따라 대형업체와의 경쟁에 따른 부담 완화를 위한 적합업종에 대한 실효성 제고가 필요함
 - 현재 중소기업 적합업종은 동반성장위원회에서 선정하고 있지만 합의내용에 대해서 대기업이 이행하지 않을 경우에 대한 제재 조치가 없고 사업 이양에 대한 권고사항으로 한계가 발생
 - 이에 따라 중소상인·중소기업 적합업종 보호 특별법 제정과 함께 대기업이 중소기업 적합업종에 대한 합의를 위반할 경우 처벌을 강화할 수 있도록 하는 방안과 함께 성실히 이행할 경우 인센티브 제공

- 자영업자에 대한 사회보험 확대필요
 - 이를 위해서 현재 소규모 사업장의 저임금 근로자와 사업주를 대상으로 시행하고 있는 두루누리 사업을 고용원이 없는 자영업자 로까지 지원을 확대할 필요가 있음¹⁰⁾
 - 두루누리 사업을 통해서 현행 자영업자의 고용보험료율 2.25%를 노동자의 보험료율인 0.65%로 까지 인하될 수 있도록 차액 부분 만큼 지원하여 자영업자의 고용보험 사각지대 해소가 필요함
 - 이와 함께 자영업자 가입허용기간(사업자 등록일로부터 6개월 이내) 과 3개월 연속 보험료 미납시 피보험자격 소멸 규정 개선이 필요
 - 대부분의 선진국에서 자영업자의 전부 또는 재해율이 높은 자영업 종사자를 대상으로 산재보험을 운영하고 있는바 이를 국내에도 적용할 필요가 있음¹¹⁾

10) 이 경우 영세자영업자의 소득 파악이 어렵기 때문에 근로장려세제 수급자와 연결하여 검토해 볼 수 있을 것임

- 생계형 서비스업 사업체가 관련 단체 및 협회 그리고 협동조합에 참여하여 활성화할 수 있도록 하는 방안 마련 필요
 - 생계형 서비스업 관련 단체 및 협회에 소속된 사업체의 매출액이 그렇지 않은 사업체의 매출액보다 상대적으로 더 크게 나타난 점을 감안한다면 해당 업종 사업체의 조직적인 활동이 경쟁력을 확보하는데 중요한 수단이 될 수 있을 것임
 - 따라서 해당 사업체들이 자발적인 협업관계를 구축할 수 있도록 지원과 함께 공동브랜드, 공동마케팅 등을 통하여 공동의 이익을 창출할 수 있도록 지원방안이 마련되어야 함

- 전통시장 경쟁력 강화를 위한 시설현대화와 시장경영혁신을 위한 지속적인 지원과 함께 전통시장과 골목상권의 연계지원을 통한 시너지 효과를 창출될 수 있도록 해야 함
 - 주차장, 화장실 등 기반시설에 대한 개선작업 뿐만 아니라 고객쉼터 등 고객편의시설 개선을 위한 지원방안 마련이 필요
 - 안정적인 영업기반 확보를 위해 공동 마케팅 지원, 전통시장 홍보, 상인교육 및 특성화 시장 육성 지원과 함께 온누리 상품권 발행 확대 등의 지원이 필요한
 - 해당 지역의 역사·문화 등과 연계한 특성화된 시장 육성과 함께 이를 지역의 골목상권과 연계하여 지원하는 방안 마련이 필요

11) 현재 산재보험 규정에 따르면 50인 미만의 근로자를 고용하는 사업주는 산재보험에 가입할 수 있는데 고용원이 없는 자영업자는 적용대상에서 제외되고 있음

참고문헌

- 고가영·이근태, 2010, “저부가가치에 물리는 창업 자영업 경기 더 악화시킨다”, 「LGERI리포트」, LG경제연구원.
- 중소기업청, 2013년 전국 소상공인 실태조사 원자료.
- 통계청, 전국사업체조사
- _____, 도소매업조사
- _____, 소매업조사
- _____, 경제총조사
- _____, 기업생멸행정통계
- 전국경제인연합회 중견전문인력 종합고용지원센터(2012), 「중소기업의 중견인력 채용인식 실태 및 시사점」, 전국경제인연합회