

한국 에스닉 집거지 경제의 조직과 활동 및 변화 연구*

- 고려인 자영업자를 중심으로 -

김 영 술**

1. 머리말
2. 이론적 배경
 - 1) 에스닉 집거지 경제 및 에스닉 자원
 - 2) 한국의 고려인 집거지 경제 특성
 - 3) 연구방법
3. 고려인 집거지 경제 조직(창업과정)
 - 1) 경제자본
 - 2) 인적자본
 - 3) 문화자본
 - 4) 사회자본
4. 고려인 집거지 경제활동 및 변화
 - 1) 고려인 집거지 경제활동
 - 2) 고려인 집거지 경제활동 변화
5. 맺음말

<국문초록>

이 연구는 국내의 집거지 고려인 자영업자의 창업에서 에스닉 자원 동원 과정 및 경제활동과 변화에서 나타나는 에스닉 집거지 경제 특성들을 고찰하는 것이다. 이를 위해서 이 연구는 안산시, 인천광역시, 광주광역시, 서울시, 안성시, 평택시, 아산시, 청주시, 경주시, 김해시 등 10개 지역에서 인터뷰

* 이 논문은 2022년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2022S1A5A2A01044021).

** 전남대학교 글로벌디아스포라연구소 연구교수(eurasia12@hanmail.net)

부 조사를 하였다. 조사 내용은 창업 과정(경제자본, 인적자본, 문화자본, 사회관계자본), 고려인 집거지 경제활동 분석, 고려인 집거지 경제활동 변화에 대한 것이었다.

이 연구를 통해 나타난 고려인 집거지 경제의 주요 특성을 보면, 한국의 고려인 창업 비율은 고려인 인구 대비 아주 미미하며 규모는 영세하다. 하지만 고려인 자영업체들은 엔클레이브 전략과 에스닉 네트워크 효과를 잘 활용하여 어려움을 극복해 나가고 있다. 중요한 것은 고려인 자영업 창업이 음식문화와 관련이 있는 업종 수요가 대부분이다. 그런 점에서 이러한 고려인 집거지 경제는 이들의 생존전략 차원에서 필요할 뿐만 아니라, 한국에서의 안정적인 정착과 사회통합에도 중요한 역할을 할 것으로 보인다.

* 주요어: 고려인, 에스닉 집거지, 집거지 경제, 에스닉 자원, 에스닉 틈새

1. 머리말

한국으로 이주하는 고려인들의 급격한 증가에 따라 그들을 주요 고객으로 하는 새로운 자영업체들이 속속 생겨나면서 상권이 형성되고 있다. 고려인들은 집거지 형태를 이루고 살아가고 있다.

이러한 에스닉 집거지(ethnic enclave)는 특정 종족 집단이 집중된 주거 지역 또는 집거지 경제로 구분되어 널리 사용되고 있다.¹⁾ 이곳에서 이민자들은 새로운 비즈니스를 창출하기도 하며 경제적 혜택을 받기도 한다. 그래서 집거지는 에스닉 자원을 가장 잘 동원할 수 있는 곳이다.

최근에 이러한 집거지에서 고려인들이 어떻게 에스닉 자원을 동원하여 경제 조직 및 활동을 하고 있는지, 그리고 이들이 한국 사회의 다양한 조건이 바뀌면서 집거지 경제활동에 변화가 있는지에 대한 연구 필요성이 제기되고 있다.

1) Alejandro Portes and Leif Jensen, "Disproving the Enclave Hypothesis: Reply", *American Sociological Review*, Vol.57, No.3, 1992, pp.418~420.

에스닉 집거지에서 집거지 경제(enclave economy)는 특히 중요하다. 집거지 경제에서 핵심은 자영업이라 할 수 있다. 에스닉 집거지와 자영업이 연결되는 방식에는 적어도 두 가지가 있다.²⁾ 첫째, 자영업은 동족 수의 함수일 수 있다. 더 많은 수의 동족은 더 많은 네트워크와 더 큰 잠재 시장을 의미할 수 있다. 기업가들은 이러한 에스닉 틈새(ethnic niches) 시장에 판매할 수 있으며, 이는 다시 고용을 제공하기도 한다. 둘째, 특정한 자질이나 자원을 가진 개인은 동족에게 노하우, 기술, 인맥 및 자본을 제공할 수 있으며, 이 모두는 사업을 시작하는 데 유용한 요소이다.

그런 점에서 에스닉 집거지에서 이주자의 경제 조직과 활동 및 변화를 고찰하려면 거주지와 경제활동 간의 관계를 이해하는 것이 중요하다. 에스닉 집거지는 자영업 진입 가능성에 영향을 주고 이는 경제적 성과와 관계가 있다. 자영업 동족 비율이 높은 지역에 정착한 이주자는 향후 몇 년 동안 자영업에 들어갈 확률이 더 높다.

그리고 에스닉 이주민들이 자영업을 창업 하는 주된 이유는 다를 수 있다. 에스닉 자영업 진입은 에스닉 집거지 거주 평균 연도, 사업 소득뿐만 아니라 동족의 수와 집거지 내 자원의 양에도 차이가 있기 때문이다.³⁾

에스닉 집거지의 자영업 진입에 영향을 미치는 중요한 요인으로는 노동 시장 조건으로 인해 저임금 일자리로 내몰리면 이민자들은 자영업 옵션에 더 끌릴 수 있다.⁴⁾ 또한 임금 고용에 비해 이민자가 예상하는 자영업 소득의 차이가 이민자의 자영업 결정에 큰 영향을 미친다. 일반적으로 이민자들이 원주민에 비해 언어 능력, 사회적 네트워크, 현지 관습에 대한 지식, 취업 기회에 대한 정보, 기술의 이전 가능성 및 기업의 전문 훈련이 부족하기 때문

2) Ivan Light, "Immigrant and Ethnic Enterprise in North America", *Ethnic and Racial Studies*, Vol.7, No.2, 1984, pp.195~216; George J. Borjas, "The Self-employment Experience of Immigrants", *The Journal of Human Resources*, Vol.21, No.4, 1986, pp.485~506.

3) George J. Borjas, "The Self-employment Experience of Immigrants", *The Journal of Human Resources*, Vol.21, No.4, 1986, pp.485~506.

4) Simon C. Parker, *Economics of Self-Employment and Entrepreneurship*, Cambridge University Press, 2009, p.165.

에 수용국의 노동 시장에서 불리하다. 이러한 불이익 일부를 피하고자 이민자들은 자영업을 선택하는 경향이 있다.⁵⁾ 에스닉 자본으로 에스닉 집중과 에스닉 네트워크는 이주자를 위한 틈새시장을 제공한다.⁶⁾ 이민자들이 수용국의 노동 시장에서 고용에 대한 많은 장벽에 직면하고 있지만 에스닉 자본이 이민자가 이러한 단점을 어느 정도 극복하는 데 도움이 될 수 있다. 특정 위치를 선택함으로써 이민자들은 에스닉 자본으로부터 이익을 얻을 수 있고 고용에 대한 장벽을 줄일 수 있다.

이는 자영업 창업은 이민자들이 에스닉 네트워크를 통해 사회경제적 자원을 공유하고 자영업 창업을 위해 서로 도울 수 있음을 의미한다. 에스닉 집거지는 구성원 간의 사회적 네트워크를 촉진하고 이러한 네트워크는 규범뿐만 아니라 행동, 정보, 지식을 확산시킬 수 있다.

또한 현지 시장에서 수요 효과(demand effect)에 의해 자영업 창업이 촉진될 수 있는 사업의 예는 식품 및 레스토랑, 의료 및 건강 서비스, 이민 지원 등이 있다. 수요 효과의 근거는 에스닉 거주자의 특정 요구를 충족시키는 기회에서 비롯될 수 있다.

한편, 해외 한인 자영업자 창업에 대한 연구는 다음과 같다. 라이트와 보나시치는 로스앤젤레스의 한국인 기업가들 조사에서 창업요인으로 사회적 상승이동의 수단을 지적했다.⁷⁾ 민병갑은 창업자본의 입수처는 미국에서 저축, 한국으로부터 반입자본, 친척이나 친구에게 빌린 돈, 은행으로부터 융자 등으로 하고 있으며, 그는 애틀랜타의 한국인 기업체에 한국인 이민자 1/3이 에스닉 기업에 종사하고 있다고 하였다.⁸⁾ 윤인진은 가족자본과 에스닉 자본이 한국인 기업가의 에스닉 기업형성과 발전에 중요한 역할을 하였다고 했

5) Barry R. Chiswick, "The effect of Americanization on the earnings of foreign-born men", *Journal of Political Economy*, Vol.86, No.5, 1978, pp.897~921.

6) Magnus Lofstrom, "Labor market assimilation and the self-Employment decision of immigrant entrepreneurs", *Journal of Population Economics*, Vol.15, No.1, 2002, pp.83~114.

7) Ivan Light, Edna Bonacich, *Immigrant entrepreneurs: Koreans in Los Angeles*, Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1988, pp.178~204.

8) Pyong Gap Min, *Koreans in North America: their twenty-first century experiences*, edited by Pyong Gap Min, Lexington Books, 2013, pp.57~74.

다.⁹⁾ 유진경은 한국인 기업은 지리적으로 집중된 에스닉 기업이기 때문에 동종의 에스닉 집단은 집거지 기업으로서는 고객이 되며, 집거지 기업은 경제 자본의 효율성, 기업가의 경력과 이민자의 수, 동종 저임금 에스닉 노동자의 존재 등에 의존하고 있다고 하였다. 또한 이들은 친족으로부터 구성된 가족 네트워크라고 하였다.¹⁰⁾ 임영언은 재일코리아 기업가들의 창업방법과 민족 네트워크를 어떻게 활용하는지를 밝히고 있다.¹¹⁾ 이채문 등은 중앙아시아의 카자흐스탄 알마티의 고려인 자영업자는 동족 신뢰성의 가설을 대체로 만족시키지만 카자흐인과 러시아인 고용하는 경우도 50%에 이르며, 이는 고려인이 이들 다수민족 사이에서 중개인 소수민족(middleman minority)의 역할을 수행하고 있음을 나타낸다고 보았다.¹²⁾

그렇다면 같은 민족으로 고려인들은 한국에서 어떻게 창업을 하고 있는가? 또한 한국 거주 고려인 집거지의 자영업의 현주소는 어떠한가? 하지만 아직 한국에서 고려인들이 어떻게 자업을 창업하고 운영하는지에 대한 국내 연구는 거의 이루어지지 않았다.

문제는 에스닉 고려인들이 거주국이 아닌 모국에서 자업을 창업한 경우에는 해외 한인과는 다른 고려인 집거지 경제 특성을 보일 수 있다는 점이다. 그런 점에서 국내의 집거지 고려인 자영업자의 창업에서 에스닉 자원 동원 과정, 활동, 변화 등에서 나타나는 이들의 에스닉 집거지 경제 특성들이 고찰될 필요성이 있어 보인다.

9) In Jin Yoon, *On My Own: Korean Businesses and Race Relations in America*, Cambridge University Press, 1997, pp.1~286.

10) Jin Kyung Yoo, *Korean Immigrant Entrepreneurs: Network and Ethnic Resources*, Routledge, 1998, pp.1~220.

11) 임영언, 『재일코리아 기업가』, 한국학술정보, 2006. 11~218쪽.

12) 이채문·이동진·조현미, 『재외한인의 자영업에 관한 연구: 중국, 일본, 중앙아시아를 사례로』, 한국연구재단 연구결과보고서, 2007, 49~79쪽.

2. 이론적 배경

1) 에스닉 집거지 경제 및 에스닉 자원

집거지(enclave)는 지리적으로 집중된 대규모 이민자 인구가 있는 곳으로 특징지어지며, 주변 지역과 다른 사회적, 경제적 구조를 가진 곳이다. 에스닉 집거지는 동일한 사회·문화 정체성을 가진 종족의 이주자들이 특정 지역에 집중해서 나타나 그들을 위한 기초 생활 인프라를 구축하고, 독특한 문화적 정체성과 경제활동이 함께 이루어지는 지리적으로 제한된 공간이다. 에스닉 집거지는 에스닉 그룹에 경제적 발전을 위한 기회를 제공할 수 있다.¹³⁾ 최근 이민자들은 대도시 지역 내의 에스닉 집거지에 거주하는 경향이 있다. 집거지가 보호되는 경우는 에스닉 구성원들의 커뮤니티 생활을 유지하기 위한 것으로 주로 경제력의 집중과 관련이 있다. 집거지에서 운영되는 에스닉 기업은 돈과 노동력을 포함한 다양한 자원에 접근할 수 있다. 에스닉 그룹의 지리적 집중은 소셜 네트워크 효과를 통해 이민자의 고용을 촉진할 수 있다.

에스닉 집거지 경제(ethnic enclave economy)는 자영업자와 그들의 동족 피고용인으로 정의되는 에스닉 경제의 한 종류로서, 이들 사업체의 지역적 밀집, 사업가를 위한 일자리와 기회를 창출해내는 에스닉 기업들의 집중된 네트워크로 발전한 것을 말한다.¹⁴⁾ 특히 에스닉 집거지 경제는 에스닉 자영업자가 핵심 역할을 한다. 에스닉 자영업자가 창업과정에서 동원하는 자원이 누구로부터(어디에서), 어떻게 확보되고, 활용되며, 그리고 그 결과가 어떤 것인가는 매우 중요하다.

에스닉 자영업자가 창업에 필요로 하는 주요 자본으로서는 경제자본, 인적자본, 문화자본, 사회관계자본 등 4개를 들 수 있다. 부르디외는 새로운 벤처의 재정 자원은 경제적 자본이라고 명명하고, 기업가의 지식 자원은 인적자본을 나타내며, 기업가가 벤처의 직접적인 환경(예: 네트워크 연결을 통해)에서 액세스할 수 있는 자원은 사회적 자본을 나타낸다고 하였다.¹⁵⁾ 더불어

13) Alejandro Portes, Robert D. Manning, "The immigrant enclave: Theory and empirical examples", *Competitive ethnic relations*, 1986, pp.47~68.

14) 이채문·이동진·조현미, 앞의 글, 49~79쪽.

문화자본은 창업에 필요한 문화적 배경이다. 에스닉 자영업자는 직업경력을 통하여 경제자본, 인적자본, 문화자본, 사회관계자본을 형성하여 축적해 간다. 에스닉 자영업자는 창업과정에서 이러한 자본을 동원한다.

이처럼 에스닉 자원이란 특정의 민족성을 공유한 사람들이 보유하는 자원이다. 에스닉 기업가가 창업 시에 활용하는 에스닉 집단의 특징이다. 예를 들면, 그것은 이민자의 교육 수준, 창업을 지향하는 직업 가치관, 연대성이 강한 친족, 혹은 동종 네트워크, 동종 에스닉 노동자, 또는 이들 민족 네트워크를 통하여 주고받는 재정적 자금원조나 기업경영의 노하우 등의 다양한 자원을 의미한다.

이와 같이 에스닉 자본은 이민자가 자신의 사업을 시작하는 데 도움을 주는 핵심 자원이다.¹⁵⁾ 에스닉 자본은 이민 그룹의 에스닉 집중과 네트워크를 가리킬 수 있다. 이민자들은 일단 보완적 메커니즘(예: 일자리 창출, 재정 자원 제공, 에스닉 그룹 제품에 대한 수요)이 대체 메커니즘(예: 일자리를 놓고 경쟁하는 직원 또는 사업 경쟁)을 지배하면 인종별로 지리적으로 에스닉 집중함으로써 이익을 얻는다. 이민자들은 잠재적으로 서로를 보완하고 대체할 수 있다는 사실이 점차 인식되고 있다. 또한 에스닉 네트워크는 이민자들을 연결하고 경제적 자원을 분배하는 플랫폼 역할을 한다. 즉, 에스닉 자본은 특정 에스닉 문화 집단에서 유래하고 이에 속하는 내재적 신뢰와 이점이다.¹⁷⁾

이주민 창업은 중요한 사회적 기여를 한다. 따라서 이주민 기업가는 경제 활성화와 사회 재생의 주요 원천이 될 수 있기 때문에 중요하다. 이주민 기업가는 특정 에스닉 틈새시장과 관련된 가치 사슬에 초점을 맞추게 된다. 창업에서 기업가는 자본과 즉각적인 환경에서 적절한 초기 자원을 부여한다.¹⁸⁾ 그러나 새로운 창업은 일반적으로 경쟁 우위를 자동으로 생성하는 고

15) Pierre Bourdieu, *The forms of capital*, In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*, Westport, CT: Greenwood, 1986, pp.241~258.

16) George J. Borjas, "Ethnic capital and intergenerational mobility", *The Quarterly Journal of Economics*, Vol.107, No.1, 1992, pp.123~150.

17) Magnus Lofstrom, "Labor market assimilation and the self-Employment decision of immigrant entrepreneurs", *Journal of Population Economics*, Vol.15, No.1, 2002, pp.83~114.

유한 특성을 가진 자원이 부족하기 때문에, 성공은 제한된 자원을 빠르고 효과적으로 배치하는 기업가의 능력에 달려 있다.

2) 한국의 고려인 집거지 경제 특성

한국의 고려인 집거지는 경기도(안산시 단원구·상록구, 안성시 대덕면 내리, 평택시 포승읍), 충청남도(아산시 신창면), 충청북도(청주시 봉명동), 광주광역시(광산구 월곡동), 경상남도(경남 김해시 동상동)와 경상북도(대구광역시 달성군, 경주시 성건동), 서울특별시(중구 광희동) 등이다.

외국국적동포 국내거소 신고 국적별·지역별 현황(2023. 3. 31 기준)에 따르면, 이 고려인 밀집지역들 중 규모가 큰 곳은 1만 명이 넘는 안산시 단원구·상록구(약 13,730명), 5천 명-1만 명 사이의 충남 아산시(약 7,299명), 인천 연수구(약 6,545명, 인천 전체 8,613명), 나머지는 광주광역시 광산구(약 3,697명, 광주 전체 3,749명), 안성시(약 3,725명), 청주시(약 3,612명), 경주시(약 3,559명), 경남 김해시(약 2,885명), 평택시(약 2,350명), 부산광역시(약 1,385명), 대구 달성군(약 1,093명), 서울특별시 중구(약 667명)로 5천 명 이하가 대부분이다.¹⁹⁾ 이들 지역은 공단에 가까우며 저렴한 주거지역들이다.

이들 고려인 집거지 중에서 대표적인 곳은 경기도 안산시, 인천시 연수구 함박마을, 광주광역시 광산구 월곡동, 경주시 성건동 등이다. 이들 지역을 중심으로 한 한국의 고려인 집거지 경제의 특성은 다음과 같다.

첫째, 한국에서 고려인 창업 비율은 고려인 거소신고 인구 대비(안산시, 인천광역시 함박마을, 광주광역시 월곡동 자영업체 20-40개 수준) 아주 미미하다. 마찬가지로 한국 전체의 창업에서 외국인 창업자의 비율도 한국 국민에 비해 낮은 편이다. 한국인이 창업하고 폐업하는 것처럼 이러한 것은 외국인도 비슷하다. 2021년 기준 결혼이민자·귀화자의 종사상 지위를 보면 고용원이 있는 자영업자 3.2%(한국 국민 4.8%), 고용원이 없는 자영업자는

18) Scott Shane, Toby Stuart, "Organizational endowments and the performance of university start-ups", *Management Science*, Vol.48, 2002, pp.154~171.

19) 법무부 출입국·외국인정책본부, 「외국국적동포 거소신고 현황(2023년 3월 말 기준)」, 법무부, 2023.

8.2%, 무급가족종사자는 5.1%(한국 국민 3.7%)이었다. 국민 일반과 비교하면 자영업자는 적고 무급가족종사자는 많아 국민 일반과 비교해 결혼이민자·귀화자의 종사상 지위는 전반적으로 열악한 것으로 나타났다.²⁰⁾

둘째, 고려인 집거지 경제에서 창업 결정 동기는 다양하다. 고려인들은 자신의 사업을 하며 꿈을 실현화하고 싶은 욕구, 더 나은 소득 추구, 승진 및 경력과는 관련이 없는 공장 일자리 비선호, 사회적 이동 가능성 고려, 자녀들의 교육과 심리적 안정, 출생국에서 사업 경험, 한국의 안정적 정착과 사회적 통합, 모국 사업의 안전성과 발전성 예측, 그리고 러시아어권 인구의 증가 요인 등을 꼽았다. 그리고 카페나 식당, 식료품점 등 창업에 대해서는 모든 사람은 먹을 수밖에 없다는 기대감과 베이커리, 케이크, 꽃집, 당구클럽 등은 자신의 취미나 좋아하는 일을 한다는 답변이 가장 많았다.

셋째, 최근에 에스닉 엔클레이브에는 자영업체는 두 가지 부류로 나누어지고 있다. 제1 부류는 고려인 집거지 형성 초기에 사업을 시작하여 판매, 생산, 물류까지 담당하기에 범위가 크고 각 지역에 프랜차이즈 체인까지 가지고 있는 경우다. 이는 한국에서 성공적인 비즈니스를 위한 사례로 판단되며 식품 및 음료의 제조, 유통 및 수입에 종사하고 있는 기업집단형이다. 한국에 소시지 공장 및 육가공 공장을 소유하고 있으며 현재 한국에는 30개 매장의 자체 네트워크가 있다. 이들은 37개의 세계 제조사로부터 500개 이상의 제품을 수입하고 있다.

제2 부류는 소규모 식료품 판매, 식당, 기타 서비스업을 하는 경우로, 특히 식료품 판매점은 대부분 전자와 다른 한국 업체 및 러시아 업체로부터 제품을 공급을 받는 경우다. 고려인 자영업체는 거의 여기에 해당된다. 일부의 경우는 영업점을 2-3개 가지고 있는 경우도 있다. 이것들 대부분은 가족들이 운영한다.

넷째, 고려인 업종별 특성을 보면 음식문화와 깊은 관련이 있다. 고려인 자영업체는 주로 식료품, 카페(식당), 빵집(베이커리), 반찬가게 등 생필품, 식료품 등이었다. 고려인들은 한국의 음식문화에 적응이 어려웠다. 그들이

20) 여성가족부, 「2021년 전국다문화가족실태조사」, 한국여성정책연구원, 2022, 273쪽.

가장 필요로 하는 것은 식료품을 구입할 수 있는 가게가 필요했다. 이는 쉽게 고려인의 입맛이 바뀌지 않는 고려인의 취향, 음식 특성 때문이다. 따라서 특별하게 에스닉 고려인들이 자영업을 창업 하는 배경 중에서 주요한 것으로는 고려인들의 음식문화에 있다고 할 수 있다. 처음에 고려인들이 한국에 입국하여 자신들의 음식을 만들어 먹기가 힘들었다. 한국의 대형 마트에서 식료품을 사서 해서 해결했지만 아쉬움이 많았다. 그러면서 식당도 문을 열기 시작했으며 식료품을 파는 마트가 생겼다. 이들의 식료품 가게에는 거주국에서 생활했던 그대로의 상품을 구입할 수 있게 되었다. 이처럼 한국 거주 고려인 음식 소비 형태는 고려인 식당과 고려인 식료품 가게의 증가로 인해 지속적으로 유지되고 있다.²¹⁾ 음식문화는 한순간에 갑작스럽게 변화되는 것이 아니고 세대가 바뀌야 이루어질 수 있기에 음식문화와 관련된 고려인 자영업은 장기적으로 지속될 가능성이 크다고 할 수 있다.

다섯째, 고려인 자영업체의 기본 특성은 다음과 같다. 자영업 창업에서 성별은 여성과 남성이 비슷하게 나타났다. 연령은 중장년층이 다수를 차지하였다. 구체적으로 연령은 20대 1명, 30대 6명, 40대 14명, 50대 10명, 60대 3명이었다. 40대와 50대가 가장 많았다. 창업자 중에서 나이가 20대도 있었는데 이는 부모의 전적인 지원으로 이루어진 것이었다. 그리고 고려인 창업자 대부분은 한국 거주는 5년 이상이 되는 자들이 많았다. 창업자의 입국 연도는 창업년도보다 훨씬 더 길었다.

고려인 자영업자 대표들은 고려인끼리 결혼한 자들이 대부분이었다. 결혼 상태는 안정성의 지표이므로 위험한 자영업 상태에 대한 함의와 배경을 제공한다. 기혼한 개인이 자영업을 선택할 가능성이 더 컸다. 이들 자녀들은 한국에서 공부하거나 앞으로 국내에 정착하기를 원하고 있었다. 하지만 언어, 정체성, 문화 등 많은 곳에서 어려움을 겪고 있었다. 어찌하든 차세대 고려인들은 고려인 가족 네트워크를 바탕으로 부모가 하는 일을 돕는 경우도 있었다. 하지만 이들이 부모가 하는 일을 이어받겠다고 하는 자와 새로운 창업을 하겠다는 청년들은 그리 많지 않았다.

21) 김영술, 「한국 거주 고려인의 음식문화 변용에 관한 연구」, 『한국민족문화』 80, 부산대학교 한국민족문화연구소, 2021, 354~355쪽.

자영업체 종업원 수는 1-2명이 가장 많았다. 자영업체에 따라 다르지만 아르바이트 형태로 하는 경우도 많았다. 작업시간(매일 몇 시간)은 12시간 정도이나 이주 노동자들의 출퇴근 시간에 맞추어 빨리 문을 열거나 늦게 문을 닫기도 했다. 작은 식료품 마트의 경우에는 가족들이 인력을 대체하고 있기도 했다. 하지만 규모가 있는 경우는 정식 채용 절차를 통해 이루어지기도 했다.

여섯째, 고려인 자영업체들은 엔클레이브 전략과 에스닉 네트워크 효과를 제대로 활용하고 있다. 자영업자의 출신 지역은 러시아 11개, 우즈베키스탄 18개, 카자흐스탄 4개, 키르기스스탄 1개 업체였다. 압도적으로 우즈베키스탄 출신이 많았다. 이는 거주국의 경제적 요인과 관련이 있어 보인다. 가장 눈에 띄는 점은 동향, 가족이라는 요인이 창업에 있어 가장 핵심적인 것으로 나타났다. 그러다 보니 같은 동향 지인의 제안으로 창업을 한 경우도 있었다.

이처럼 에스닉 네트워크는 매우 중요하며, 이는 이민자의 자영업 결정이 집거지 공간 및 집거 수와 상관관계가 있다. 에스닉 자원은 집거지 경제 내에 기반을 두고 있으므로 이러한 자원은 대부분 해당 경제에 특화되어 있다. 고려인 공동체에서 더 많은 사회적 자본을 가진 자영업자들은 엔클레이브 전략을 추구함으로써 이 자본을 이용하고 있었다.

특히 고려인 자영업자는 한국어 사용 능력과는 거의 상관이 없을 정도다. 한국의 주류 경제와 거래가 거의 없기에 한국어 사용 능력 부족은 자신들의 비즈니스 커뮤니케이션을 방해하지 않았다. 오히려 언어 실력이 부족하더라도 같은 출신별 언어권 그룹 이민자들의 요구를 충족시켜 자영업체의 소득을 높이려고 노력하고 있었다.

3) 연구방법

이 연구의 주된 연구 대상은 국내의 집거지 고려인들이었다. 현장 조사는 안산시 단원구 땃골마을, 인천광역시 연수구 함박마을, 광주광역시 광산구 월곡동, 서울 중앙아시아거리(광희동), 안성시, 평택시, 아산시, 청주시, 경주시, 김해시 등 10개 지역에서 실시하였다.

질문 내용은 다음과 같다. 첫째는 기본사항으로 한국 체류기간, 가족사항,

입국 전 직업 등과 창업 과정(경제자본, 인적자본, 문화자본, 사회관계자본 사항), 둘째는 고려인 집거지 경제활동 분석(고려인 집거지 자영업 상황, 경제활동 실태-집거지 규모와 수, 경쟁, 회사설립 및 자발적 폐업 신청, 고려인 자영업자의 취약점-법적·제도적 문제, 한국의 온라인 결제 시스템), 셋째는 고려인 집거지 경제활동 변화(고려인 업종 변경, 여성 자영업자 증가, 고려인 집거지 분화 및 타민족 간 사회경제적 차원 분화, 고려인 집거지 경제 활성화와 도시재생사업)에 대한 것이다.

인터뷰 조사는 2022년 8월부터 2023년 5월까지 이루어졌다. 인터뷰 대상자는 서울(1명), 인천(5명), 안산(6명), 안성(2명), 평택(2명), 아산(3명), 청주(2명), 경주(4명), 김해(4명), 광주(5명)로 총 34명이다. 업종은 식료품, 식당, 카페, 베이커리, 꽃집, 물류, 반찬가게 등 다양하게 이루어졌다. 인터뷰 대상자의 기본정보는 업종, 성별, 연령, 출신 국가별, 창업년도, 지역별로 분류하여 표기하였다. 인터뷰에 참여한 고려인 자영업체 대표의 기본사항은 아래와 같으며, 개인정보 보호 차원에서 업체명과 대표자 이름은 포함하지 않았다.

〈표 1〉 고려인 자영업체 대표 인터뷰 기본정보

지역별	성별	연령	출신국가	창업년도	업종
서울1	남	50대	우즈베키스탄	2013	식료품
인천1	여	35	러시아	2021	꽃 판매
인천2	여	37	러시아	2022	카페
인천3	남	35	우즈베키스탄	2022	패스트푸드
인천4	남	27	우즈베키스탄	2017	식료품
인천5	남	50대	러시아	2021	식료품
안산1	여	44	러시아	2010	빵 판매
안산2	여	58	우즈베키스탄	2015	식료품
안산3	남	52	우즈베키스탄	2018	카페
안산4	여	50대	러시아	2017	식료품

지역별	성별	연령	출신국가	창업년도	업종
안산5	여	50대	우즈베키스탄	2016	카페/피자
안산6	남	50대	카자흐스탄	2018	베이커리
안성1	남	40대	러시아	2017	당구클럽
안성2	남	43	우즈베키스탄	2022	베이커리
평택1	여	60	우즈베키스탄	2019	식료품
평택2	여	50	우즈베키스탄	2020	식료품
아산1	여	45	카자흐스탄	2023	카페
아산2	남	37	우즈베키스탄	2018	카페
아산3	여	43	러시아	2022	꽃 판매
청주1	남	40대	우즈베키스탄	2022	식료품
청주2	여	60	우즈베키스탄	2019	빵, 반찬
경주1	여	49	러시아	2019	빵, 반찬
경주2	남	40	러시아	2016	식료품
경주3	남	43	러시아	2021	빵 판매
경주4	남	36	키르기스스탄	2022	식료품
김해1	여	40	우즈베키스탄	2013	식료품
김해2	남	41	러시아	2022	식료품
김해3	여	39	우즈베키스탄	2023	베이커리
김해4	남	48	카자흐스탄	2022	식료품
광주1	여	50대	우즈베키스탄	2019	케이크
광주2	여	65	카자흐스탄	2013	여행, 물류
광주3	남	42	우즈베키스탄	2021	뷔페·음식업
광주4	여	37	우즈베키스탄	2015	식료품/카페
광주5	여	50대	우즈베키스탄	2019	카페

3. 고려인 집거지 경제 조직(창업과정)

1) 경제자본

경제 자본(Economic capital/Financial capital)은 현금으로 쉽게 전환할 수 있는 금융 및 물리적 자산을 포함하며²²⁾, 이는 모든 기업의 생존에 매우 중요하다. 기업가를 위한 경제적 자본은 개인 자산과 외부 출처에서 얻을 수 있는 자본 또는 부채 자금이다. 여기서 핵심은 고려인이 자신의 자영업을 창업할 때 어떻게 자본을 동원했는지이다.

첫째, 집거지에서 고려인 자영업 창업은 거의 대부분이 한국에 노동자로 와서 공장에서 일을 하고 번 돈을 모아 투자로 해서 이루어진 것이다. 초기 자본이 부족한 경우는 지인이나 친척으로부터 돈을 빌려서 사업에 투자하지만, 가족의 역할은 매우 중요하였다. 가족 구성원들은 서로 협력하여 가계의 수입을 늘리고 지출을 줄여 사업체의 경제적 안정을 유지하는 데 기여한다.

창업 초기 자금(임대료, 인테리어, 장비, 제품구매 등)은 한국 공장에서 7년간 일을 해서 모았다. 자기자본은 100%다. 할머니는 손녀녀들을 돌보고 있다. 형제들이 서로 도왔다. (인천1 인터뷰). 나는 한국에 20년을 거주했다. 한국에 오자마자 바로 공장에서 일했고 그 돈은 모두 저축했다. 가족들이 모두 여기에 있다. 한국에서 학업은 더 이상 하지 않았다. 자녀들은 한국에서 태어났다. 가게를 개업하는데 아내도 도왔다. 처음에는 아주 작게 시작하였다. 정말 열심히 공장에서 일하면서 마트를 같이 했다. (경주4 인터뷰). 2007년 전에 한국에 입국하였고 부모와 가족들이 함께 살고 있다. 공장에서 일을 열심히 해서 돈을 저축했고 그 돈으로 비즈니스를 시작하였다. 여기에는 지인으로부터 일부 빌린 돈도 포함되어 있다. 가게 개업에 은행 대출은 받을 수 없었다. (광주4 인터뷰). 처음에는 공장에서 일을 해서 그 돈을 저축했다. 창업은 100% 자기 자본으로 이루어졌다. 우리는 개업을 했지만 경제적인 여력이 부족해 중고 냉장고와 도구들을 사용했다. 그러다 보니 중간에 문제가 있을 때마다 여유가 없어 천천히 도구들을 바꾸어 나갔다. 1개 장비가 고장이 나면 바꾸고, 또 1개 도구가 고장 나면 바꾸어 나갔다. (안산2 인터뷰)

22) Pierre Bourdieu, *The forms of capital*, In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*, Westport, CT: Greenwood, 1986, pp.241~258.

둘째, 고려인 창업자들은 한국의 은행 등에서는 자산 담보가 없기에 대출을 받기는 쉽지 않았다. 고려인들이 창업자금의 어려움을 해결하기 위해 가족과 지인 네트워크 이외에 필요한 경제자본 획득 방법을 시도하기도 했다. 고려인 창업자가 금융 자산 대출에 대한 접근성이 어려웠지만 소액의 자금을 지원받는 경우도 있었다. 이러한 것은 유럽 국가의 기업가들도 은행 대출을 받기가 어렵고 은행, 고객 및 공급업체로부터 차별을 경험한다고 주장한다.²³⁾

한국의 신용보증재단은 대출을 해주지 않았다. 그래서 외국인은 어려움이 더 많았다. 이곳에서는 한국어 능력과 직장이 있어야 해준다고 했다. (인천4 인터뷰). 한국의 금융기관이 자금을 지원해 주었다. 한국인의 역할이 컸다. (인천1 인터뷰). 공장에서 약 10년 동안 일을 하였고, 엄마도 일하고 가족 모두가 일을 했다. 창업한 뒤에는 대출을 조금 받았다. 자영업자 지원 자금은 2년 거치로 1천만 원을 받았다. 이자율은 아주 낮았다. (김해1 인터뷰). 우리는 얼마 전 가게 2호점을 개업했다. 사업 자금이 많이 필요한 시점이라서 대출을 좀 받았으면 하는데 어떻게 해야 할지 모르겠다. 모든 준비를 자기 돈으로 해야 하니 재정이 너무 부족하다. (김해3 인터뷰).

셋째, 고려인은 창업자금이 부족한 경우에는 상품을 먼저 받고 판매 후에 대금을 지급하는 외상거래 방식을 이용하고 있었다. 이는 초기 창업자금을 준비하는 데 큰 도움이 되는 것이라 할 수 있다.

물건값으로 부채가 있다! 현금으로 하면 약 2억 원 정도가 된다. 먼저 제품구매는 외상거래 방식으로 하고 있다. 우리는 프랜차이즈 체인이기 때문이다. (경주4 인터뷰). 먼저 상품을 받고 정해진 기간 내에 물건값을 주는 방식으로 거래한다. 그래서 사업이 약간 쉽다. 빵은 직접 굽는다. 공급업체가 친구이다. 물건값 지급은 정해진 날짜가 없어도 판매하는 대로 지급하고 있다. (김해4 인터뷰). 여기에 있는 상품 전체가 외상거래

23) Lina Aldén, Mats Hammarstedt, "Discrimination in the Credit Market? Access to Financial Capital among Self-employed Immigrants." *Kyklos*, Vol.69, No.1, 2016, pp.3~31.

로 들어오는 것은 아니고 대부분은 나의 돈으로 직접 구매한 것이다. 외상거래는 가급적이면 하지 않으려고 한다. 우리 가게는 안정이 된 가게다! 예전에는 외상거래 후 1주일 정도 후에 지급했기에 너무나 힘들었다. (경주2 인터뷰).

넷째, 고려인 창업자금은 동업으로 해결하고 있는 경우도 있었다. 고려인 창업자금이 있어 부모의 역할은 그리 크지 않기 때문이다. 고려인의 경우는 오직 자신 개인의 부가 결정적이며, 부모와 자식, 형제들이 자금을 모아서 경제자본을 형성하는 것으로 나타났다. 구소련권이 사회주의에서 자본주의로 바뀌었지만 그곳에서 온 고려인들은 생존하기도 어려운 적은 월급을 받았다. 당연히 주변의 고려인들은 사업을 할 만큼 많은 돈을 가지고 있지 않았다. 한국 입국 전에 자본 축적이나 저축한 돈이 있는 경우는 극히 적었다. 그래서 고려인은 창업 시에 동업하는 경우가 있었다.

창업자금이 부족해서 동업하고 있다. 이익은 나누고 있다. 이익은 판매액의 약 20% 정도다. 세금, 임대료, 전기세 등 비용을 제외하면 매우 어렵다. 지금 상품 수가 많이 부족하는데 대출을 받는다면 다양한 상품 종류를 더 많이 판매할 수 있을 것 같다. 임대료도 조금 부담이 된다. (인천 3 인터뷰).

2) 인적자본

인적자본(Human capital)은 교육정도, 취업경험, 능력, 기술 등을 바탕으로 형성된 것으로 이 모든 것이 노동 시장에서 가치가 있다.²⁴⁾ 인적자본을 구축하려면 시간, 노력 및 개인 투자가 필요하다.²⁵⁾ 또한 인적자본은 창업 과정에서 중요한 자본으로 인식되어 왔다.

첫째, 고려인 자영업자의 학력은 고졸 졸업자와 전문대 졸업자가 가장 많

24) Gary S. Becker, *Human capital: A theoretical and empirical analysis with special reference to education*, National Bureau of Economic Research, New York: Columbia University Press, 1964. pp.1~159.

25) Gary S. Becker, "Nobel lecture: The economic way of looking at behavior", *Journal of Political Economy*, Vol.101, No.3, 1993, pp.385~410.

았다. 고려인들의 교육정도는 창업에 크게 영향을 주지 않았다. 학력은 개인의 능력, 특히 사업을 운영할 수 있는 관리 능력을 반영하지만 이들에게는 그렇지 않았다. 미국 기업가의 경우 교육 수준이 높을수록 자영업률도 높았다. 인적자본이 창업률을 높이는 경향이 있다.²⁶⁾ 하지만 대학 교육을 받은 사람들이 고려인 자영업에 실제로 상당한 효과가 있었는지는 찾아볼 수 없었다. 그 효과가 여전히 경제적으로 중요한지는 알 수 없었다.

한국에 오기 전에 약 10년간 모스크바의 우즈베크 레스토랑에서 일했다. 그래서인지 지금 하는 일이 아주 어렵지는 않다. 나는 고등학교까지만 졸업했다. 일을 해야 했기에 시간이 없어서 공부를 더 이상 할 수 없었다. 생활전선에 매우 빨리 뛰어들어 썬이 되었다. 나는 일을 하고 또 일을 하여 돈을 벌어야 했다. (경주3 인터뷰).

둘째, 고려인의 이전 비즈니스 경험은 한국에서 자영업 창업에 영향을 주고 있었다. 노동 시장 경험은 기술과 시장정보의 축적이라고 볼 수 있다. 더 많은 경험을 통해 개인은 비즈니스 운영에 대해 더 자신감을 가질 것이다. 고려인의 능력과 기술 등은 개인의 직업경력을 통하여 획득하기도 한다. 미용사, 메이크업 아티스트, 요리사, 제빵사, 물류 운송업 및 무역 중개업 등은 다양한 숙련이나 경험이 필요하다. 물론 단순노동 같은 것은 교육정도, 취업경험, 능력, 기술에 바탕한 인적자본과는 대체로 무관해 보이기도 한다. 그런 점에서 보면, 고려인들이 에스닉 집거지에서 하는 노동은 대체로 단순노동에 해당된다는 점이다. 단순노동은 말 그대로 단순히 노동력만을 활용하는 것이다. 이는 인적자본과는 거리가 멀며, 개인의 성과나 경쟁력을 향상시킬 수 있는 여지가 적다. 단순노동은 물리적인 노동력만을 중시하며, 기술적인 역량이나 창의력을 요구하지 않는다.

사촌 동생이 수출입 업무를 해서 마트 물건 구매 및 현황에 대해 잘 알고 있다. 남편도 수출입 업무를 배웠다. 물건 구매 등에 있어서 일이

26) Ivan Light, Steven J. Gold, *Ethnic Economies*, Academic Press, 2000, p.88.

훨씬 수월하다. 남편은 네트워크가 좋은 편이다. 직원은 나 포함하여 2명이다. (인천5 인터뷰). 창업은 평상시 케이크를 만드는 것을 좋아해서 취미를 바탕으로 하여 이루어졌다. 또한 나이가 들어서 공장에서 일하기가 어려운 점도 작용했다. (광주1 인터뷰).

셋째, 고려인 집거지에서 인적자본은 주로 가족자원으로 이루어지고 있다. 이들 대부분은 한국 내 친인척 네트워크가 매우 강하며 이들은 서로 도움을 주고받는다. 이는 고려인 집거지 경제에 유용하며 값싼 노동력을 활용하여 정착과 경제적 기반 조성을 앞당길 수 있다. 이들에게 친족 연줄망은 가장 유효한 자산 중 하나라고 할 수 있다. 이처럼 자영업은 대부분 자신의 가족들이 고용되어 일을 하고 있다. 종업원도 주로 러시아어를 사용하는 지인들이 근무한다. 가족들은 장시간, 밤늦게까지 노동력을 활용하여 영업한다. 특히 가족 노동력은 잔업수당과 초과임금을 지급하지 않아도 되며, 휴일에도 업무를 시킬 수 있다는 점에서 전략적인 자원이다.

처음에는 혼자 한국에 와서 공장에 취업해서 돈을 모았다. 그 후 형제와 친척을 초청했다. 나의 언니가 카페를 운영하는데 친척들이 도와준다. (인천2 인터뷰). 이 마트는 시어머니와 남편, 나 3명이 일하고 있다. 나는 7-8년 전에 한국에 왔다. 시어머니는 지금 60세이다. 공장에서는 일을 못 한다. 대형냉장고 등을 구매할 때 초기자본이 많이 들어갔다. 나는 8년 전에 결혼했으며 2명의 아들이 있다. 가족 구성원들이 가게 오픈에 도움을 주었다. (평택1 인터뷰). 어머니, 형제자매들은 1년 전에 한국에 들어왔다. 여기는 제 막내 여동생 가게다. 가게에서 일한 지 4년이 됐다. 가게가 어느 정도 되면서 여러 가족을 모두 초청했다. 가족은 함께 살아야 하기 때문이다. (안산5 인터뷰). 가족 경영이다. 가족 구성원은 엄마, 아내, 나 셋이다. 나이든 어머니는 주로 아이들 돌봄을 하고 있다. (안성2 인터뷰)

가족 경영은 가족 구성원들이 참여하기에 자신들만의 가치관과 문화를 공유하며, 자신들의 비전과 목표를 달성하기 위해 협력하고 노력하기에 좋다. 가족 구성원끼리는 서로 신뢰와 상호의존성이 높으며, 이는 기업의 안정성

과 지속가능성을 높인다. 따라서 에스닉 집거지의 가족 경영은 다양한 장점을 갖고 있으며, 이를 효과적으로 활용하는 것이 중요하다. 특별한 점은 구소련 지역에 흩어져 있던 친인척들이 한국에서 다시 상봉하기도 한다.

구소련에서 이산가족들과 형제들이 한국에 모두 들어와 있다. 우리 형제들은 러시아, 우즈베키스탄, 카자흐스탄, 키르기스스탄 등에서 흩어져 살았다. 이들이 모두 한국으로 들어오면서 우리는 함께 만날 수 있었다. 모두는 우리 주변에서 살고 있다. 한국이 우리 형제들을 하나 되게 만들었다. 이 가게에는 2명이 일하고 있다. 딸과 사위가 일한다. 사위는 고려인데 빵을 잘 굽는다. 전체 상품 구매 및 통제는 아들이 하고 있다. 가족 비즈니스다. 가족들이 최고의 인적자본이다. (청주1 인터뷰).

3) 문화자본

창업 시 중요한 문화자본(Cultural capital)이란 특성의 에스닉 집단이 보유한 기업가의 달성 동기에 영향을 미치는 신념, 직업가치관, 취업태도 등도 해당될 수 있다. 이들은 창업자가 살아가는 문화적 배경으로, 창업자의 가치관과 비즈니스 수행, 창업자의 의지와 열정 제공 및 서비스에 대한 태도 결정, 서비스 개발과 마케팅 방법 결정하는 데 영향을 미친다. 이처럼 문화자본이라는 자본의 개념을 물질적 교환을 강조하는 경제적 개념을 넘어 자본의 비물질적 및 비경제적 형태, 특히 문화 및 상징적 자본을 포함한다.²⁷⁾

첫째, 고려인에게는 중앙아시아 이주와 정착과정에서 선조(부모와 부모 이전 세대)들이 고난과 어려움을 극복하여 빛나는 성공을 했던 문화 DNA가 축적되어 있다. 고려인의 근면과 성실, 개인적인 인성과 태도, 집단 공동체 의식 등 고려인의 특성은 역사적으로 양육해 온 것이라 할 수 있다. 그동안 그들의 생활방식은 집단 공동체의 삶과 연관되어 왔다. 그래서 한국에서 집거지를 형성하며 살아가면서도 고려인은 그 특성을 간직하고 있다.

고려인이 가진 문화자본에는 중앙아시아에서 조상들의 집단농장 경험, 벼 성공 사례, 에스닉 소수자 그룹에서 가장 많은 노동 영웅 칭호 획득 등 불굴

27) Pierre Bourdieu, *The forms of capital*, In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*, Westport, CT: Greenwood, 1986, pp.241~258.

의 고려인 정신이 담겨져 있다. 모두가 어려운 상황에서 집단으로 극복하겠다는 의지, 타인과 조국에 해를 끼치지 않겠다는 각오와 사고는 한국의 고려인 집거지에서도 잘 나타나고 있다. 한국에 입국해서 공장에서 일하고 그 돈을 저축해서 창업하고 안정적인 정착을 해나가겠다는 열정과 의지, 태도야말로 선조 고려인들이 축적한 문화자본에 바탕하고 있다.

둘째, 오늘날 한국 거주 고려인 자영업자의 실제적인 문화자본은 교육보다는 근면과 일에 대한 태도로 고려인의 독특한 성취 현상에 있다고 할 수 있다. 구소련 지역 고려인들은 과학, 의학, 예술 등의 분야에서 성과를 거두기 위해서 교육이 필요했다. 아이들에게 교육을 받게 하는 것은 고려인의 전통적인 꿈이었다. 이처럼 고려인의 높은 적응력은 외국의 민족 환경에서 생산성이 높은 노동에 대한 심리적 지향과 그들 자신의 교육 성취에서 비롯되었다. 소련에서 타민족과의 경쟁에서 인정을 받기 위해 고려인은 더 나은 결과를 달성해야 했다. 하지만 한국의 자영업자들은 교육 수준이 높지 않으며, 현재의 자영업과 관련된 고도의 전문적인 교육을 필요로 하는 영역이 아니라는 점에서 교육 활동 투자나 축적된 자본인 문화자본에 크게 달려 있는 것은 아니었다.

셋째, 한국에서 고려인이 가진 문화자본으로 중요한 것이 정보력이라고 할 수 있다. 갈수록 민족적 특성은 창업에 있어서 큰 역할을 하지 못하고 있다. 그래서 창업에서 민족적 특성보다는 중요한 것이 정보력이라고 할 수 있다. 정보력을 입수할 수 있는 여건을 갖춘 세력, 타민족 이주민들이 보았을 때 그나마 민족적 특성을 가진 조선족이나 고려인들이 유리한 조건을 가지고 있다고 할 수 있다. 고려인보다는 조선족들은 한국인과 말이 통하고 하니 다른 이주민들이나 고려인들이 보면 이런 것은 매우 부러울 따름인 것이다. 언어는 바로 정보력과 연결이 되기 때문이다. 고려인들은 조선족이 해왔던 식으로 집거지 창업을 하고 있다.

넷째, 고려인들은 문화자본에 바탕한 힘으로 아래의 계층에서 서서히 위치를 확보하며 기득권을 만들어 가고 있다. 창업은 차별을 극복하려는 방편이 되고 있는 것이다. 우리 사회에서 고려인들은 조선족처럼 하층으로 들어왔다. 그러나 지금 일부 에스닉 자영업자들의 생활 수준이 눈에 띄게 달라지

고 있다. 일부 고려인의 위치와 역할은 완전히 달라지고 있다. 특히 한국의 많은 집거지에서 고려인들은 창업을 해 가면서 이제 이들이 사회의 기득권을 만들어 가고 있다.

이처럼 고려인은 한국에서 아무것도 가진 것이 없었지만 무에서 유를 창조해 내고 있다. 개인적으로 높은 지위, 지식, 스타일 및 취향과 같은 형태와 경제적으로 전혀 유리한 배경을 가지지도 않았지만, 이들은 정보력, 근면함으로 일어서고 있다. 이는 그들이 가진 문화자본에 가족을 통해서 더 쉽게 접근하고 있는 것이다.

4) 사회자본

사회적 자본(Social capital) 또는 사회관계자본은 개인 또는 사회적 단위가 소유한 관계 네트워크 내에 포함되고, 이를 통해 사용 가능하고, 파생된 실제 및 잠재적 자원의 합계로 정의한다.²⁸⁾ 사회관계자본은 이른바 인맥이다. 사회적 자본은 외부 및 내부 유대의 두 가지 유형에서 어디에 연결의 중점을 두는지 여부에 따라 다르다. 집단 내의 내부 유대에 대한 초점은 사회적 자본의 결합(긴밀한 유대) 형태를 전면에 내세우는 반면, 외부 관계에 대한 초점은 소위 가교 형태의 사회적 자본을 기반으로 한다.²⁹⁾

첫째, 고려인은 집거지에서 창업 시에 내부 유대(가족, 친족, 친구, 지인)를 가장 많이 활용한다. 내부 유대인 사회관계 네트워크는 재정적 원조, 물질적 원조, 무형의 다양한 자원への 접근을 촉진한다. 특히 가족의 희생은 기업가가 가족 구성원에 대하여 다양한 원조를 제공한다는 사회적 의무에 의해 상호 보상된다. 즉, 가족, 친족, 친구, 그리고 동종 에스닉으로 구성되는 네트워크는 정보제공자, 공급자, 혹은 전문적인 조언(법률, 회계 등)을 제공하는 사회관계자본으로 기능한다.

28) Janine Nahapiet and Sumantra Ghoshal, "Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage", *The Academy of Management Review*, Vol.23, No.2, 1998, p.243.

29) Mark S. Granovetter, "The strength of weak ties", *American Journal of Sociology*, Vol.78, No.6, 1973, pp.1360~1380.

우리는 고려인이 하고 있는 사업을 인수했다. 우즈베키스탄에서부터 서로는 잘 알고 있어서 신뢰 관계가 있는 사이였다. 이전 고려인 사업자가 우리를 배려해서 분납해서 인수대금을 갚을 수 있도록 해주었다. 초기 자본이 한꺼번에 들어가지 않고 분납해서 비용을 지불해서 쉽게 인수해서 사업을 할 수 있었다. (광주5 인터뷰).

둘째, 고려인 자영업자 중에는 자신이 거주하는 에스닉 공동체를 넘어 확장되는 사회적 및 비즈니스 네트워크를 개발하기도 하였다. 인적 자본을 구축하는 과정에서 고려인 자영업자들은 고려인 집거지 외부의 사람들과 상호 작용한다. 이는 집거지 내부의 강력한 유대를 넘어 집거지 외부의 개인과 약한 유대도 포함하여 네트워크를 확장하는 것이다. 그리고 약한 유대는 특히 새롭고 가치 있는 정보에 대한 접근을 제공하는 것으로 여겨져 왔다.³⁰⁾

고려인의 자영업에서 외부 유대는 상품 구매와 같은 곳에 있다. 이는 아주 소수의 기업가에게만 해당된다. 이들은 주로 중개자 소수자(Middleman Minorities)처럼 역할을 한다. 이들 고려인 기업가들은 사업을 설립하고 유지하기 위해 세계의 다양한 국가에서 생필품을 구입하면서 자신들의 사회적 자본에 의존하는 경우가 많다. 특히 자신의 자원이 거의 없는 초기 자영업자는 더 많은 자원을 보유한 기업으로부터 도움을 받는다.

우리가 거래하는 본사는 국내에서 생산하는 식품, 소시지, 빵 등을 제외한 판매 상품 대부분을 직접 러시아, 유럽을 비롯하여 전 세계에서 수입해 온다. 공급자들과 계약을 하고 수입을 해서 한국의 30개 매장에 공급한다. (경주4 인터뷰).

셋째, 고려인의 사회적 자본으로 네트워크의 효과는 자영업자에게 매우 중요하다. 고려인 네트워크는 한국의 이주 환경에서 자영업자에게 크게 혜택을 주기 때문이다. 고려인 인구가 증가함에 따라 이들에게 더 많은 비즈니스 기회를 창출할 수도 있다.

30) Mark S. Granovetter, "The strength of weak ties", *American Journal of Sociology*, Vol.78, No.6, 1973, pp.1360~1380.

특히 사회적 자본은 특정 커뮤니티에 포함될 때 가장 강력하다.³¹⁾ 이민자의 경우 사회적 자본에 기반한 영업권 의무는 대부분의 경우 소수민족 공동체 내의 강력한 유대 관계에서 비롯된다. 유망한 이민자 기업가는 이 사회적 자본을 사용하여 그들의 벤처에 인증적 이점을 제공할 수 있는 에스닉 자원에 접근할 수 있다.³²⁾

하지만 이민자들은 투자 자금 부족, 현지 시장 및 규제에 대한 정보 부족, 현지 언어 구사력 부족 등의 불이익에 직면할 수 있다. 에스닉 네트워크는 이민자들의 이러한 단점을 어느 정도 상쇄할 수 있다. 최근 이민자들은 자신의 에스닉 네트워크를 통해 자원을 공유하는 경향이 있으며 미래의 이민자 기업가가 자영업을 하도록 돕는 경향이 있다.

러시아어를 말하는 사람들이 핵심 소비자이다. 팬데믹 이전이나 이후에도 식료품 구매는 큰 변화는 없다. 러시아어 사용자가 많이 온다. 오는 사람 중에서는 대부분이 네트워크(가족, 친구, 지인)를 통해서 온다. 요즘 손님이 적으며, 최소 100여 명 정도가 이용한다. (김해2 인터뷰).

반면에 문제는 영업에 있어 소비자와 유대관계는 러시아어권 출신들 중심이기에 확장에는 한계가 있으며 경쟁이 심하기도 하다. 동종 업체들끼리 경쟁하기도 하고, 맛, 가격으로 경쟁력을 갖기 위해 노력한다. 문화적으로도 소통하고 있다.

소비자들은 하루에 50-60명 정도다. 한국인은 거의 오지 않고 우즈베크인, 카자흐인, 키르기스인, 타지크인 등 중앙아시아인들이 주로 고객이다. 이 지역에는 러시아어를 사용하는 중앙아시아 출신이 많이 살기 때문이다. 고객 중에서 고려인은 20% 정도다. (청주2 인터뷰). 지금은 비즈니스 경쟁이 심하다. 그래서 가격이 싸다. 서비스가 좋아야 한다. 가게 간 가격은 비슷하다. 우리 집은 지인, 친구 등이 주로 온다. 주요 판매 상

31) Brian Uzzi, "Social structure and competition in interfirm networks: The paradox of embeddedness", *Administrative Science Quarterly*, Vol.42, No.1, 1997, pp.35~68.

32) Jennifer Lee, "Retail niche domination among African American, Jewish and Korean entrepreneurs", *The American Behavioral Scientist*, Vol.42, Issue9, 1999, pp.1398~1416.

품은 생활필수품이다. (안산4 인터뷰).

넷째, 고려인의 사회적 자본은 영업 관리 방식에 있어서 상당한 효과를 보이고 있다. 사회관계는 에스닉 기업에 다양한 자원을 동원하는 과정에 도움이 된다. 이와 같이 에스닉 집단이 보유하는 다양한 자본은 그들의 사회관계에 배태되어 있으며 특정 사회관계의 존재는 상호신뢰, 상대방의 충성심, 상호의무의 기대, 운명공동체 의식, 상호이익의 존중 등을 의미한다.³³⁾ 사회적 자본은 부분적으로 타인의 호의에서 발생하며, 감사, 존경, 우정의 감정에서 발생하는 지속적인 의무를 나타낸다. 이 선의는 정보의 흐름, 영향력 및 개인에 대한 연대에 영향을 미친다.³⁴⁾

상품은 외상거래 방식이다. 먼저 외상으로 물건을 받고 물건을 팔고 난 후에 물건값을 처리하는 방식이다. 이러한 물건은 한국회사나 러시아어권 회사로부터 받는다. 러시아어권 회사는 독립국가연합(CIS) 현지에서 구매한 물건도 판매하고 있다. (평택2 인터뷰).

4. 고려인 집거지 경제활동 및 변화

1) 고려인 집거지 경제활동

첫째, 고려인 자영업 상황은 다음과 같다. 고려인 자영업자의 공간 개인 소유는 없고 100%가 임대해서 사용하고 있다. 최근에 임대료가 상승하고 있다. 이는 자영업자에게는 큰 부담이 된다. 고려인 자영업자의 경영 상황을 보면, 매출액은 코로나 이전에 비해 물가상승으로 매출액이 약간 감소하고 있다. 월 매출액은 마트의 경우 정확한 수치로는 확인을 해주지 않아서 어려웠고 소비자는 하루 평균 최소 50-100명 정도로 파악되고 있다. 물론 특수한

33) Paul S. Adler, Seok-Woo Kwon, "Social capital: Prospects for a new concept", *The Academy of Management Review*, Vol.27, No.1, 2002, pp.17~41.

34) Rebecca L. Sandefur, Edward O. Laumann, "A paradigm for social capital", *Rationality and Society*, Vol.10, Issue4, 1998, pp.481~501.

자영업체는 그보다 방문자가 훨씬 많기도 하다. 1회에 10,000원 정도 소비한다고 보면 하루 매출액이 50-100만 원 정도인 셈이다. 구매자 대부분은 구소련 국가들의 러시아어 구사자들이다. 구매자들 간 차이는 없다. 약간 말투가 자국화되어서 다르긴 하다.

초기 자본금 투자는 적게는 3천만 원에서 많게는 5천만 원 정도가 가장 많았다. 식당이나 식료품 가게로 규모가 있는 경우는 인테리어, 도구 준비 등으로 1억 원 이상이 들어가기도 했다. 이는 이미 투자한 상태이기에 소위 투자자금을 회수한 경우도 있고 회수하기 위해 노력하는 자들도 많았다. 대체로 사업 자금은 개인이나 에스닉 자원 동원방법으로 조달하기에 현재 자금 사정은 크게 나쁜 경우는 많지 않았다. 그래서 기업처럼 자금난을 겪는 경우도 거의 없었다. 더구나 가족들이 운영하기에 임금 부담도 거의 없었다. 종업원들도 그날 매출액을 바탕으로 한 지출이 이루어지다 보니 자영업자에게는 큰 부담은 없었다. 물론 새로운 가게를 오픈하기 위해서 자금 부족을 겪는 경우도 있었다.

고려인 자영업체는 상품 구매는 크게 2가지 방식으로 이루어지고 있었다. 일단은 수입업자로부터 구매다. 다른 하나는 국내 공장에서 생산한 것을 구매한다. 대체로 고려인 중간대행업체가 역할을 한다. 이외에 일부 제품들은 직접 만들어서 판매하고 있었다.

고려인 자영업자들은 아주 부지런하게 일하고 있었다. 고려인 자영업자들의 노동 상황으로 일일 근로시간은 평균 12시간 정도 일하고 있었다. 대부분은 노동자들의 출근이나 퇴근 시간에 맞추어 집중적으로 시간을 집중하고 있었다. 고려인 자영업자의 근로시간이 매우 긴 편이라고 할 수 있다.

둘째, 경제활동 실태는 다음과 같다. 경제활동은 집거지 규모와 거주자 수에 좌우된다. 고려인 수가 4천 명을 넘는 곳들은 에스닉 집거지 경제의 모양새를 갖추고 있었다. 자영업자들은 경쟁을 유발하기도 한다. 자영업자들은 동족으로 인해 동족이 유사 사업 부문에 종사하는 경우 소득이 감소시킬 수 있다.³⁵⁾ 자영업 동족 자원과 동족 수가 이민자의 자영업 진입에 미친다고 할

35) William R. Kerr, Martin Mandorff, "Social Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship", *Harvard Business School Working Paper*, No.16, 2016, pp.1~17.

수 있다.

집거지의 고려인 수가 적으면 아무래도 경제활동이 어렵고 경쟁이 치열할 수밖에 없다. 특히 물가, 가스, 전기료, 임대료 등으로 물가상승으로 가격 값이 오르다 보니 어려움이 많다. 가격 상승은 판매 부진으로 이어진다. 특히 수입 단가 상승은 물가상승에 지대한 영향을 미치고 있다. 현재 90% 정도의 상품들이 수입되고 있다고 한다. 우크라이나 전쟁은 가격 인상을 부추기고 있다. 물건값이 비싸면 적게 산다. 월급은 오르지 않고 있다. 고려인 자영업자들은 매우 영세하다. 영세한 자영업자들의 경우에는 단순 노무에 비해서 더 많은 수익을 기대하기 어려운 상황이다. 가격 인상으로 인한 소비가 위축되면서, 판매액이 많이 축소되었다.

손님들은 음식을 카페에서 먹지 않고 대부분이 음식을 사서 집에 가서 먹는다. 현재 가게 이익은 거의 없다. 아들과 며느리가 카페를 운영하고 있다. 카페가 어려워 아들은 토·일요일에는 근처의 호텔에서 야간에 아르바이트를 한다. (아산2 인터뷰). 예전에는 하루 250만 원 정도 팔았으나, 지금은 하루 매출이 150-120만 원도 어렵다. 지금 전쟁으로 인해 물가가 오르다 보니 적게 사고 많은 사람들이 집에서 해 먹는다. 또한 예를 들어 구소련 국가 노동자들은 전쟁 전에는 300만 원을 벌면 200만 원은 한국에 남기고 100만 원은 송금했다. 지금 전쟁 후에는 200만 원 보내고 100만 원만 한국에서 쓴다. 그만큼 그곳의 생활이 어려워졌으며 한국에서 소비가 적어졌다. (아산1 인터뷰).

지금도 90% 정도는 외국에서 상품을 수입하고 있다. 예전에는 호밀가루,オート밀, 메밀, 해바라기 식용유 등을 우크라이나에서 수입했으나, 지금은 튀르키예에서 수입한다. 전쟁으로 수입 못 하는 품목이 많다. 아예 지금 우크라이나 전쟁으로 인해 수입이 중단되었다. 서유럽에서도 많이 들어온다. 트보록(Творог)은 라트비아에서 들어오고 있다. 가격이 평균 30-40% 정도 인상되었다. 치즈가 3,500원에서 4,500원으로 1,000원이 올랐다. 다른 물건은 3,000원에서 5,000원으로 오른 것도 있다. 해바라기 식용유는 5리터가 12,000원에서 18,000-20,000원까지 가격이 올랐다. 메밀은 1kg이 2,000원에서 4,500원이 되었다. (경주4 인터뷰).

그리고 회사설립 및 자발적 폐업 신청이 이루어지고 있다. 물가가 가파르게 오르자 소비자들은 외식 같은 씬 씬이부터 줄이고 있기 때문이다. 또한 코로나19 여파로 매출은 줄어들어 지금까지 회복이 되지 않고 멈춘 상태다. 재료비 상승과 임차료는 부담이 되고 있다. 상황이 이렇다 보니 자영업자들은 매출액 감소로 인해 폐업하거나 업종 변경을 하는 처지에 있기도 하였다.

식당은 코로나로 피해가 컸지만, 빵집은 코로나 영향이 별로 없었다. 한국에서 재난 지원금도 받았다. 옆에 있는 가게는 코로나로 거의 2년째 영업을 하지 않고 있다. 휴업이지만 코로나19로 폐업 수준이다! (안산3 인터뷰). 우리는 원래는 카페였으나 가게명을 바꾸었다. 코로나19로 사람이 거의 없었다. 지금도 사람이 거의 오지 않는다. 설상가상으로 이익금이 너무 적다! (안산1 인터뷰). 러시아, 우즈베키스탄, 카자흐스탄, 우크라이나, 키르기스스탄 등의 여행 업무, 항공 및 철도 운송 업무는 경쟁이 심하다. 코로나19로 여행업은 심한 타격을 받았다. (광주2 인터뷰).

셋째, 고령인 자영업자는 창업에 있어 법적·제도적인 취약점을 가지고 있다. 외국인이라서 더 과한 문제는 없지만 창업 지원을 받으려고 하면 귀화하거나 최소 영주권을 받아야 하는데 부처에 따라서 귀화자인 경우만, 아니면 영주권자인 경우만 가능하였다. 고령인 경우는 F-4가 있어도 창업 지원이 안 되는 경우가 있었다. 심지어 취업하는 경우나 사람을 채용할 때도 지원금을 받을 때도 공무원에 따라 좌우되기도 한다. 부처별로 일관성이 없기도 하다. 인건비를 지원받기 위해 문의하면 영주권으로 고용노동부에서는 가능하지만, 보건복지부에서는 해당이 안 된다. 부처별로 칸막이들이 많다. 다문화 청년도전지원사업에 영주권을 가지고 있는 고령인 청년들은 해당되지 않는다. 당연히 이들도 포함되어야 한다. 일자리 채용에 있어서도 고령인들은 상황을 잘 모르고 있다.

또한 한국의 금융 시스템에 문제가 있다. 더 자세히는 온라인 결제 시스템에서다. 세금 문제에서 어려운 점은 크지는 없다고 한다. 이들은 회계사무소에서 세금(1월, 5월) 업무 지원을 받고 있기 때문이다.

외국인들은 이름이 영어 알파벳으로 되어 있다. 그것이 네이버 등 온라인 결제 시스템에서 막히는 경우가 있다. 스마트 스토어로 물건 판매를 한 적이 있는데, 한국으로 귀화한 자들, 한국 이름을 가진 자들은 거래가 쉽다. 그러나 외국인 이름을 가진 자들은 거래 장애가 있기도 하다. 아직도 오류가 난다. 네이버에 연락해서 문제를 해결해 진행할 수도 있지만, 다음에 재차 문제가 또 생기기도 하였다. (서울1 인터뷰).

그리고 창업에 대한 정보가 잘 공유되지 못하고 있다. 고려인끼리도 본인이 가진 정보를 공유하지 않는 경우도 있다. 중요한 것으로는 업체 경영에 필요한 인가, 법적 절차, 세금 문제, 상품 허가, 자금 동원 등이다. 물론 경험이 풍부한 친척이나 친구는 기업가에게 무엇보다 중요한 정보원이다. 이와 같이 이민자는 에스닉 네트워크를 통해서 다양한 자원을 동원하고 창업에 필요한 자원을 얻고 있다.

결국은 도전과 기회, 성장 동력이 되는 것은 정보력이다. 한국사회에서는 이주민들을 받아들이겠다, 환대하겠다고 하면서도 막상 정보력 전달에는 상당히 폐쇄적이다. 예를 들면, 한국어로 되어 있으면 한국어를 모르면 이해할 수 없다. 정보가 언어권별로 구별되어 번역이 되어 공유되어야 한다. 이주민과 더불어 잘 살기를 원한다면 자신들의 언어로 전달할 수 있는 정보가 가장 우선이어야 한다.

2) 고려인 집거지 경제활동 변화

첫째, 고려인 자영업체들이 업종을 변경하고 있다. 고려인 집거지 업종은 음식점업과 식료품점이 전체의 대부분을 차지하고 있다. 업종 변경 여부를 보면 업종 변경한 경우가 주로 식당이나 카페에 몰려 있기는 하다. 처음에 식당을 하였다가 그 후 힘들어서 식료품 가게나 빵가게로 업종을 바꾼 경우다.

생활 소비 패턴의 변화로 업종 변화가 있기도 한다. 가족단위 소비가 줄어 식당을 하는 자영업자들이 어려웠다. 1인 가구일 때는 외식을 많이 했으나 가족들과 함께 거주하면서 집에서 음식을 해 먹었기 때문이다. 예전에는 사람들이 카페나 식당에 갔었다. 그러나 코로나 기간 사람들이 이곳을 이용하지 않고 식자재를 구입해서 집에서 요리해서 먹는 경우가 많아졌다.

카페에서 빵집으로 업종 전환을 했다. 예전에는 혼자 들어와서 주로 일을 하다 보니 식당에 와서 식사도 했는데 이제는 가족들이 들어와 살기에 집에서 식사하게 되니 식당이 잘되지 않아서 빵집으로 업종 변화를 했다. 옛날에는 토요일·일요일 주말에는 식당에 손님이 많았다. 코로나19로 식당은 직격탄을 맞았다. 마트, 빵집은 영향이 적었다. 앞으로 식자값도 더 오르게 될 것이다. 상권은 전체적으로 아직 회복되지 않고 있다. (안산6 인터뷰). 카페를 하다가 빵집으로 업종 변경하였다. 빵이 더 장사가 잘되고 더 편하기도 하다. 업종 변경이유는 사람들이 식당에는 아무래도 잘 오지 않고 집에서 식사를 주로 하기 때문이다. 음식을 집에서 해 먹으니까 빵으로 업종을 변경했다. 손님은 하루 약 100여 명 정도 오는 것 같다. (경주1 인터뷰).

둘째, 고려인 자영업자 중에 여성 창업자가 증가하고 있다. 이번 인터뷰 조사를 분석한 결과, 총 34개 업체 중에서 남성이 16개, 여성이 18개 업체였다. 창업이 남성과 여성이 비슷하게 이루어졌다. 이주 남성과 여성 사이에 큰 차이가 없는 것은 고려인 집거지에서 식당, 카페, 식료품과 관련된 창업은 아무래도 여성과 긴밀한 관계를 맺고 있기 때문일 것이다. 이는 구소련의 젠더 관습의 흥미로운 특징 중의 하나로 볼 수도 있다. 실제로 구소련에서 제빵 노동은 물론 빵 소매업도 대부분이 여성들이었다. 그곳에서 일하는 여성들은 임금이 적었다. 또한 이는 에스닉 고려인 여성이 자영업 진입에 아무런 제약이 없음을 시사한다. 더불어 그동안 미국과 유럽 등지에서 자영업이 남성에 의해 주도되어 더 많은 사업체를 연다는 것과는 다른 변화를 보이는 것이다.

셋째, 이제 고려인 집거지는 차츰 전국단위로 분화되고 있다. 보통은 저임금 노동이주가 이루어져 이주자 포화가 되면 일자리가 있는 다른 저렴한 주거 지역으로 분산이 이루어진다. 더불어 고려인들은 대도시보다는 소도시를 선호하는 경향이 있다. 이런 식의 이주가 전개되면 한국의 전체로 거주지가 확산될 수 있다.

최근에 한국의 여러 지역에서 고려인 인구가 급증하면서 자연스럽게 고려인이 운영하는 식당, 식료품점, 빵집, 꽃가게, 노래방 등 자영업체들이 많아지고 있다. 예를 들어, 2023년 안산 뗏골마을 고려인 자영업체 수는 약 22개

정도였다. 주로 카페(식당) 수가 줄고 빵집이나 식료품점이 늘었다. 함박마을 도시재생현장지원센터 자료에 따르면, 2023년 인천 함박 고려인마을 자영업체 수(러시아인, 우즈베크인, 카자흐인, 몽골인 운영 제외)는 약 21개 정도로 추산된다. 식료품점 8개, 카페 4개, 반찬가게 2개, 빵집 3개, 피자가게 1개, 식당 3개이다. 총 32개 러시아어 간판 가게가 32개 정도인데 1/3 정도는 고려인들이 운영하고 있지 않았다. 그만큼 고려인이 아닌 타민족 출신들이 많다는 것으로 볼 수 있다. 2023년 광주 고려인마을 자영업체 수(러시아어 권 타민족 포함)는 식당, 식료품점, 카페, 뷰티·미용(미용실), 반찬가게, 휴대폰, 여행사, 무역업 및 물류 등 약 32개 정도로 추산되지만 고려인 자영업체만 두고 보면 훨씬 적다.

이처럼 과거에 비해서 고려인 자영업자들이 느는 추세이긴 하지만, 지역 전체적 비중은 여전히 적다. 이러한 자영업체의 수는 어느 정도까지는 고려인 집거지 규모와 관련이 되어 있지만 마을 환경이나 구조에 따라 한계를 보이기도 한다. 이처럼 대체로 자영업체 수는 집거지 규모와 집거지 고려인 수에 따라서 좌우된다고 할 수 있다.

한편, 고려인 자영업체가 만들어지고는 있지만 고려인 사회에서 그들 간에 사회경제적 차원의 분화는 뚜렷하게 보이지 않고 있다. 즉, 고려인 간 사회적 이동성(계급, 직업, 소득과 부로 구분되는 다양한 집단 간의 사회적 위계 내에서 이뤄지는 이동)은 잘 보이지 않는다는 것이다. 아직 고려인 사회에서는 집거지를 기반으로 한 사업가들이 하나의 계층으로까지 형성되어 있지는 않은 상황이다. 고려인들 내부에 계층적 분화가 아직 뚜렷하게 드러나진 않는 것으로 보인다.

특히 한국 사회에서 언어, 문화 차이 등으로 인해 고려인들의 계층이동이 단기간에 이루어지는 것은 어려울 수 있다. 창업은 사회적 계층이동을 이룰 수 있는 중요한 수단 중 하나이며, 창업자는 자신의 아이디어와 역량을 통해 사회적 계층이동을 이룰 수 있다. 따라서 사회적 계층이동과 창업은 밀접한 관계가 있다. 창업자가 성공한다면, 그들은 기존의 사회적 지위에서 경제적 사회적 계층이동을 이룰 수 있으며, 이는 개인과 사회 모두에게 이익을 제공할 수 있다. 하지만 아직 고려인에게서는 확연하게 계층 차이가 나는 모습은

보이지 않는다.

넷째, 고려인 집거지 경제 활성화 차원에서 도시재생사업이 이루어지고 있다. 흔히 경제 재생은 쇠퇴한 원도심에 경제적 파급효과가 큰 거점시설을 조성하는 사업을 추진하거나 지역특화재생을 위해 지역별 고유자원을 활용한 도시 브랜드화를 추진하고 창업 공간조성, 중심·골목상권 활성화 등을 도모하는 지역 맞춤형 사업을 추진하기도 한다.

특히 안산시 단원구 땃골 고려인마을, 인천광역시 고려인 함박마을, 광주광역시 월곡동 고려인마을 등은 주민 대다수가 고려인을 포함한 다양한 이주민으로 구성되어 있다. 따라서 도시재생사업은 이들이 한국사회에서 잘 정착할 수 있도록 하여야 하며, 나아가 선주민들과 공존해 나가는 마을 공동체 형성이 이루어질 수 있도록 하는 것이 중요하다.

5. 맺음말

지금까지 이 연구는 국내의 집거지 고려인 자영업자의 창업에서 에스닉 자원 동원 과정 및 경제활동과 변화에서 나타나는 에스닉 집거지 경제 특성들을 고찰하였다. 첫째, 고려인 집거지 경제 조직(창업과정)에 대한 정리는 다음과 같다.

집거지에서 고려인의 창업 시 경제자본은 개인, 가족, 친구, 지인으로부터 도움을 받거나 상품 외상거래 방식, 동업으로 해결하고 있는 경우도 있었다. 고려인 창업자금에 있어 부모의 역할은 그리 크지 않았다. 인적자본으로 고려인 자영업자의 학력은 고졸 졸업자와 전문대 졸업자가 가장 많았다. 고려인의 비즈니스 경험은 한국의 자영업 창업에 영향을 주고 있었다. 고려인 집거지에서 인적자본은 주로 가족자원으로 이루어지고 있다. 문화자본으로는 고려인에게는 중앙아시아 이주와 정착과정에서 선조(부모와 부모 이전 세대)들이 고난과 어려움을 극복하여 빛나는 성공을 했던 문화 DNA가 축적되어 있다. 오늘날 한국 거주 고려인의 실제적인 문화자본은 교육보다는 근면과 일에 대한 태도로 고려인의 독특한 성취 현상에 있다고 할 수 있다. 한국

에서 고려인이 가진 문화자본으로 중요한 것이 정보력이라고 할 수 있다. 고려인들은 문화자본에 바탕한 힘으로 아래의 계층에서 서서히 위치를 확보하며 기득권을 만들어 가고 있다. 사회적 자본으로는 고려인은 집거지에서 창업 시에 내부 유대(가족, 친족, 친구, 지인)를 가장 많이 활용한다. 고려인 자영업자 중에는 자신이 거주하는 에스닉 공동체를 넘어 확장되는 사회적 및 비즈니스 네트워크를 개발하기도 하였다. 고려인의 사회적 자본으로 네트워크의 효과는 자영업자에게 매우 중요하다. 고려인의 사회적 자본은 영업 관리 방식에 있어서 상당한 효과를 보이고 있다.

둘째, 고려인 집거지 경제활동은 다음과 같다. 월 매출액은 마트의 경우 정확한 수치로는 확인을 해주지 않아서 어려웠고 소비자가 하루 50-100명 정도로 파악되고 있다. 초기 자본금 투자는 적게는 3천만 원에서 많게는 5천만 원 정도가 가장 많았다. 식당이나 식료품 가게로 규모가 있는 경우는 인테리어, 도구 준비 등으로 1억 원까지도 들어가기도 했다. 고려인 자영업체는 상품 구매는 대체로 고려인 중간대행업체가 역할을 한다. 다른 나머지는 제품들은 직접 만들어서 판매하고 있었다. 경제활동 실태로 집거지 규모의 고려인 수가 적으면 아무래도 경제활동이 어렵고 경쟁이 치열할 수밖에 없다. 물가상승으로 가격이 오르다 보니 어려움이 많다. 회사설립 및 자발적 폐업 신청이 이루어지고 있다. 물가가 가파르게 오르자 소비자들은 외식 같은 씬 씬이부터 줄이고 있기 때문이다. 고려인 자영업자의 취약점으로는 고려인 경우 F-4가 있어도 창업 지원이 안 되는 경우가 있기도 한다. 심지어 취업하는 경우나 사람을 채용할 때도 지원금을 받을 때도 공무원에 따라 좌우되기도 하고 영주권자가 되는 경우와 안 되는 경우가 있다. 부처별로 일관성이 없기도 하다. 또한 온라인 결제 시스템에서 문제가 있었다. 그리고 창업에 대한 정보가 잘 공유되지 못하고 있다. 고려인끼리도 본인이 가진 정보를 공유하지 않는 경우도 있다.

셋째, 고려인 집거지 경제활동 변화는 다음과 같다. 고려인 자영업체들이 업종을 변경하고 있다. 처음에 식당을 하였다가 그 후 힘들어서 식료품 가게나 빵가게로 업종을 바꾼 경우다. 생활 소비 패턴의 변화로 업종 변화가 있기도 한다. 또한 고려인 자영업자 중에 여성 창업자가 증가하고 있다. 이제 고

려인 집거지는 차츰 전국단위로 분화되고 있다. 그러나 고려인 자영업체가 만들어지면서 고려인 사회에서 그들 간에 사회경제적 차원의 분화는 뚜렷하게 보이지 않지만, 타민족 간에는 그러한 차이가 있어 보인다. 더불어 고려인 집거지 경제 활성화 차원에서 도시재생사업이 이루어지고 있다. 도시재생사업은 이들이 한국사회에서 잘 정착할 수 있도록 하며, 나아가 선주민들과 공존해 나가는 마을 공동체 형성이 이루어질 수 있도록 하는 것이 중요하다.

이를 통해 볼 때 한국의 고려인 집거지 경제 특성에서 고려인 창업 비율은 고려인 거주 인구 대비 아주 미미하며 규모는 영세하다. 하지만 고려인 자영업체들은 엔클레이브 전략과 에스닉 네트워크 효과를 잘 활용하여 어려움을 극복해 나가고 있다. 중요한 것은 고려인 자영업 창업이 음식문화와 관련이 있는 업종 수요가 대부분이다. 그런 점에서 이러한 고려인 집거지 경제는 이들의 생존전략 차원에서 필요할 뿐만 아니라, 한국에서의 안정적인 정착과 사회통합에도 중요한 역할을 할 것으로 보인다.

참고문헌

1. 논저

김영술, 「한국 거주 고려인의 음식문화 변용에 관한 연구」, 『한국민족문화』 80, 부산대학교 한국민족문화연구소, 2021.

법무부 출입국·외국인정책본부, 「외국국적동포 거소신고 현황(2023년 3월 말 기준)」, 법무부, 2023.

여성가족부, 「2021년 전국다문화가족실태조사」, 한국여성정책연구원, 2022.

이채문·이동진·조현미, 「재외한인의 자영업에 관한 연구: 중국, 일본, 중앙아시아를 사례로」, 한국연구재단 연구결과보고서, 2007.

임영연, 『재일코리안 기업가』, 한국학술정보, 2006.

Alejandro Portes, Leif Jensen, “Disproving the Enclave Hypothesis: Reply”, *American Sociological Review*, Vol.57, No.3, 1992.

Alejandro Portes, Robert D. Manning, “The immigrant enclave: Theory and empirical examples”, *Competitive ethnic relations*, 1986.

Barry R. Chiswick, “The effect of Americanization on the earnings of foreign-born men”, *Journal of Political Economy*, Vol.86, No.5, 1978.

Brian Uzzi, “Social structure and competition in interfirm networks: The paradox of embeddedness”, *Administrative Science Quarterly*, Vol.42, No.1, 1997.

Gary S. Becker, *Human capital: A theoretical and empirical analysis with special reference to education*, National Bureau of Economic Research, New York: Columbia University Press, 1964.

Gary S. Becker, “Nobel lecture: The economic way of looking at behavior”, *Journal of Political Economy*, Vol.101, No.3, 1993.

George J. Borjas, “Ethnic capital and intergenerational mobility”, *The Quarterly Journal of Economics*, Vol.107, No.1, 1992.

George J. Borjas, “The Self-employment Experience of Immigrants”, *The*

- Journal of Human Resources*, Vol.21, No.4, 1986.
- In Jin Yoon, *On My Own: Korean Businesses and Race Relations in America*, Cambridge University Press, 1997.
- Ivan Light, "Immigrant and Ethnic Enterprise in North America", *Ethnic and Racial Studies*, Vol.7, No.2, 1984.
- Ivan Light, Edna Bonacich, *Immigrant entrepreneurs: Koreans in Los Angeles*, Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1988.
- Ivan Light, Steven J. Gold, *Ethnic Economies*, Academic Press, 2000.
- Janine Nahapiet and Sumantra Ghoshal, "Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage", *The Academy of Management Review*, Vol.23, No.2, 1998.
- Jin Kyung Yoo, *Korean Immigrant Entrepreneurs : Network and Ethnic Resources*, Routledge, 1998.
- Lina Aldén, Mats Hammarstedt, "Discrimination in the Credit Market? Access to Financial Capital among Self-employed Immigrants." *Kyklos*, Vol.69, No.1, 2016.
- Magnus Lofstrom, "Labor market assimilation and the self-Employment decision of immigrant entrepreneurs", *Journal of Population Economics*, Vol.15, No.1, 2002.
- Mark S. Granovetter, "The strength of weak ties", *American Journal of Sociology*, Vol.78, No.6, 1973.
- Paul S. Adler, Seok-Woo Kwon, "Social capital: Prospects for a new concept", *The Academy of Management Review*, Vol.27, No.1, 2002.
- Pierre Bourdieu, *The forms of capital*, In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*, Westport, CT: Greenwood, 1986.
- Pyong Gap Min, *Koreans in North America: their twenty-first century experiences*, edited by Pyong Gap Min, Lexington Books, 2013.

Rebecca L. Sandefur, Edward O. Laumann, “A paradigm for social capital”,
Rationality and Society, Vol.10, Issue4, 1998.

Scott Shane, Toby Stuart, “Organizational endowments and the
performance of university start-ups”, *Management Science*, Vol.48,
2002.

Simon C. Parker, *Economics of Self-Employment and Entrepreneurship*,
Cambridge University Press, 2009.

William R. Kerr, Martin Mandorff, “Social Networks, Ethnicity, and
Entrepreneurship”, *Harvard Business School Working Paper*, No.16,
2016.

〈Abstract〉

A Study on the Organization, Activities and Changes of the Ethnic Enclave Economy in Korea - Focusing on Goryoin Self-employed -

Kim, Young-Sool

This study examines the economic characteristics of ethnic enclaves in the process of mobilizing ethnic resources and their activities and changes in the start-ups of Goryoin self-employed in domestic enclaves.

To this, this study conducted interviews in 10 regions, including Ansan, Incheon, Gwangju, Seoul, Anseong, Pyeongtaek, Asan, Cheongju, Gyeongju, and Gimhae. The contents of the interview were about the start-up process (economic capital, human capital, cultural capital, and social capital), economic activities and changes in the Goryoin enclaves.

Looking at this, the economic characteristics of Korea's Goryoin enclaves are that the ratio of Goryoin startups is very insignificant compared to the Goryoin population, and the scale is small. However, Goryoin self-employed businesses are overcoming difficulties by making good use of the enclave strategy and the ethnic network effect. The characteristics of Goryoin self-employed businesses by sector are deeply related to food culture. In this respect, these Goryoin's enclaves economy is not only necessary for their survival strategy, but also seems to play an important role in stable settlement and social integration in Korea.

* Key Words: Goryoin, Ethnic Enclave, Enclave Economy, Ethnic Resource, Ethnic Niche

· 논문투고일: 2023년 6월 10일 · 심사완료일: 2023년 7월 11일 · 게재결정일: 2023년 7월 25일

